

قضايا التنمية لدى المرأة الفلسطينية في المواقع الإخبارية (دراسة تحليلية مقارنة) *Palestinian Women's Development Issues in websites Addressing "A Comparative analytical study"*

أ. نيفين عبد القادر هويدي

باحثة في مجال الاعلام، (غزة - فلسطين).

hwedynufen@gmail.com

د. أحمد عرابي حسين الترك

الجامعة الإسلامية (غزة - فلسطين).

ahmadoraby@iugaza.edu

تاريخ القبول : 2023/04/26

تاريخ الارسال: 2023/03/13

ملخص: تهدف الدراسة إلى التعرف على طبيعة قضايا التنمية لدى المرأة الفلسطينية التي تناولتها المواقع الإخبارية، وأهم موضوعاتها واتجاهها، والأساليب التي استخدمت في تقديمها، وتحديد المصادر (الأولية والإعلامية)، والتعرف على أدوار المرأة في المجتمع، والنطاقات الجغرافية التي اعتمدها مواقع الدراسة، إضافة لمعرفة الفنون الصحفية وعناصر التدعيم والوسائط المتعددة التي صاحبت قضايا التنمية لدى المرأة الفلسطينية، وهي دراسة وصفية، استخدمت منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره أسلوب تحليل المضمون، ومنهج العلاقات المتبادلة وفي إطاره استخدام أسلوب المقارنة المنهجية، وأداة الدراسة استمارة تحليل المضمون. كما وظّف الباحثان نظرية "الأجندة الإعلامية". واختارا "موقع وكالة معاً الإخبارية، موقع وكالة صفا، موقع دنيا الوطن" كعينة للدراسة، بأسلوب الحصر الشامل، من (2019/4/1م) وحتى (2021/4/1م)، والتي بلغت (390 مادة صحفية). وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج، أبرزها: حظيت فئة "الحقوق القانونية للمرأة" على المرتبة الأولى بنسبة (11.9%)، تلتها فئة "العنف الأسري" و"دور المرأة السياسي والقيادي" بنسبة (8.48%)، تلتها "إبداع المرأة" بنسبة (7.58%). وحظيت فئة "بدون مصدر (مجهولة)" على المرتبة الأولى من بين فئات المصادر الإعلامية بنسبة (79.74%)، تلاها فئة "مراسل" بنسبة (9.84%)، وفي فئة "كاتب مقال" بنسبة (5.89%). وجاء في المرتبة الأولى فن "الخبر الصحفي" بنسبة (64.10%)، وتلاه في المرتبة الثانية فن "التقرير الصحفي" بنسبة (25.38%)، بينما جاء في المرتبة الثالثة فن "القصة الصحفية" بنسبة (3.84%).

الكلمات المفتاحية: قضايا التنمية؛ المرأة الفلسطينية؛ المواقع الإخبارية.

Abstract: This study aims at identifying the nature of news websites' treatment of development issues of Palestinian women, and exploring the extent to which the news websites are interested in Palestinian women's development issues and their most important topics and attitudes towards them, and the methods used to present them. The study also aims at identifying their sources (primary and media), and identifying women's roles in the society. The study seeks to determine the geographical ranges used and approved by the study websites, in addition to knowing the journalistic arts, elements of support and multimedia that news sites used in addressing the development issues of Palestinian women. The study also aims at tracing the points of agreement and disagreement between news websites in terms of form of treatment of development issues for Palestinian women.

This study is a descriptive research, in which the survey studies method was used, through which the content analysis method and interrelationships were used, through which the systematic comparison method was used, and the content analysis form was used as the study tool. The researcher also used the "media agenda" theory.

The most important findings of the study: 'Women's legal rights' category ranked first with a percentage of (11.9%), followed by the category of "domestic violence" and "women's political and leadership role" with (8.48%), followed by "women's creativity" with (7.58%). The first rank among

sources category came 'without a source (anonymous)' first, with a percentage of (79.74%), followed by the category of private sources, 'reporter' with a percentage of (9.84%), and in the third place was the category of 'article writer' sources with a rate of (5.89%). The art of "journalistic news" came in first place with a percentage of (64.10%), and the art of "journalistic report" came in second place with a percentage of (25.38%), while the art of "journalistic story" came in third place with a percentage of (3.84%).

Keywords: Development Issues; Palestinian Women; News Websites.

مقدمة:

يعد مفهوم التنمية الشاملة الذي تفاوت تطبيقه بين دول العالم من أعظم ما تركه لنا القرن الحادي والعشرين، حيث إنه أصبح من بين الأسس الثابتة لقياس تقدم المجتمعات، ودليلاً على أن التنمية أصبحت تمثل أمراً أساسياً للمجتمعات المعاصرة، وذلك لما تتطوي عليه من مضامين اجتماعية واقتصادية وسياسية وثقافية مهمة، وأيضاً لما ينتج عنها من نتائج حاسمة في حاضر هذه المجتمعات.

وتعد المرأة شريكا في تحقيق أهداف التنمية، فاعلاً في تطور مجتمعاتها، وقد بذلت جهوداً كثيرة لتمكين المرأة العربية للنهوض في كافة المجالات، حيث ما زالت وسائل الإعلام تقدم خطابات تركز نظرة سلبية للمرأة، وتحصرها في أدوار نمطية لا تراعي مكانتها في المجتمع، ولا تعكس دورها كفاعلة وشريكة في التنمية⁽¹⁾. ولم تكن المرأة الفلسطينية ببعيدة عن واقع المرأة العربية وضرورة الاهتمام بها، فهي صاحبة دور أدته وتؤديه جنباً إلى جنب مع الرجل، وارتبطت أزماتها بأزمات الشعب الفلسطيني الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والحضارية والثقافية، وهي تتحمل كل التبعيات والنتائج لهذه الأزمات، فقضيتها قضية شعب وتنميتها تنمية الأمة بأسرها.

وقد باتت الوسائل الاخبارية لها تأثيرها الواضح في إبراز قضية تنمية المرأة وتمكينها ومشاركتها في التنمية الشاملة لمجتمعها، باعتبارها وسيلة مؤثرة في تنوير المجتمع بأحداثه وقضايا المعاصرة، إذ إن المواقع الإلكترونية تحمل على عاتقها مسؤولية توعية الرأي العام الفلسطيني والعربي والدولي من خلال عرضها للقضايا التنموية للمرأة، وكذلك معالجة المشاكل التي واجهت المرأة بكافة السبل المتاحة. وتتناول هذه الدراسة كيف عالجت المواقع الإخبارية قضايا التنمية لدى المرأة الفلسطينية.

أولاً: الدراسات السابقة

- اطّلع الباحثان على عدد من الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، وكانت على النحو الآتي:
1. دراسة العجلة (2022م)⁽²⁾: هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة صورة المرأة الفلسطينية في المواقع العسكرية بفلسطين، وهي دراسة وصفية، استخدمت منهج الدراسات المسحية وكانت من أهم النتائج: صورة المرأة الفلسطينية الأسيرة حظيت على المرتبة الأولى بنسبة (32.4%)، وفي المرتبة الثانية الشهيذة بنسبة (22.3%)، ويليهما في المرتبة الثالثة المرأة المناضلة بنسبة (19.2%).
 2. دراسة عبد الله (2021م)⁽³⁾: هدفت الدراسة إلى الكشف عن صورة المرأة الفلسطينية كما تعكسها الصحف العربية في المهجر، وهي دراسة وصفية، استخدمت منهج الدراسات المسحية وكان من أهم النتائج: حصول الموضوعات السياسية على المرتبة الأولى بنسبة (41.3%)، وفيها تصدر موضوع انتهاكات

- الاحتلال بحق المرأة الفلسطينية وفي المرتبة الثانية الموضوعات الإنسانية بنسبة (17.5%)، وفيها تقدمت موضوعات الحصار وأثره في المرأة.
3. **دراسة حسن (2021م)**⁽⁴⁾: هدفت الدراسة إلى التعرف على مكونات صورة المرأة في الصحافة العربية، وهي دراسة وصفية، استخدمت المنهج المسحي، ومنهج العلاقات المتبادلة، **ومن أهم النتائج**: أن الصفة السلبية المضطهدة كانت الصفة السائدة والتي جاءت بالمرتبة الأولى بنسبة (43%)، تلاها الضحية بنسبة (32%)، أما الصفة الإيجابية فقد تقدمت المرأة المؤثرة في المجتمع بالمرتبة الأولى بنسبة (30%)، وتلاها في المرتبة الثانية الطموحة بنسبة (21%)، ثم المنتجة بنسبة (17%).
4. **دراسة الفليت، وأبو رحمة (2020)**⁽⁵⁾: هدفت الدراسة إلى معرفة أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما في تناول قضايا المرأة الفلسطينية، وهي دراسة وصفية، استخدمت منهج الدراسات المسحية، **ومن أهم النتائج**: بينت الدراسة أن الفيس بوك هو الأكثر استخداما لقضايا المرأة الفلسطينية وجاء بنسبة (38%)، ثم يليها شبكة التويتر بنسبة (22%).
5. **دراسة فرج (2019)**⁽⁶⁾: هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات المرأة الفلسطينية نحو متابعة الصفحات النسائية على شبكات التواصل الاجتماعي، وهي دراسة وصفية، استخدمت منهج الدراسات المسحية، **ومن أهم النتائج**: حصلت الدوافع النفعية المتمثلة في "التعرف على الموضوعات التي تهم المرأة بشكل عام" على المرتبة الأولى بنسبة (71.9%). وصنفت موضوعات المطبخ كأفضل الموضوعات التي تفضل عينة الدراسة متابعتها عبر الصفحات النسائية في المرتبة الأولى بنسبة (79.3%).
6. **دراسة مدوخ (2018)**⁽⁷⁾: هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل صورة المرأة الفلسطينية في مواقع القنوات الفضائية الأجنبية الإلكترونية باللغة العربية، وهي دراسة وصفية، استخدمت منهج الدراسات المسحية، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة، **ومن أهم النتائج**: حظيت القضايا السياسية على المرتبة الأولى بنسبة (39.6%)، وفي المرتبة الثانية جاءت الموضوعات القانونية بنسبة (17.5%)، وتلاها القضايا الثقافية في المرتبة الثالثة بنسبة (11.9%).
7. **دراسة رحمي (2017)**⁽⁸⁾: هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام المرأة الفلسطينية للمواقع الإلكترونية الإخبارية ودوافع الاستخدام والموضوعات التي تتابعها، والإشباع المتحققة، وهي دراسة وصفية، استخدمت منهج الدراسات المسحية، **ومن أهم النتائج**: جاء موقع دنيا الوطن في مقدمة المواقع الإلكترونية الإخبارية كأكثر موقع تستخدمه المبحوثات وذلك بنسبة (80.3%)، تلاه موقع وكالة معًا الإخبارية وذلك بنسبة (54.8%)، ثم موقع وكالة غزة الآن بنسبة (45.9%).
8. **دراسة خليفة (2017)**⁽⁹⁾: هدفت الدراسة إلى التعرف على صورة المرأة في الصحافة المصرية فترة حكم الإخوان، وأبرز قضايا المرأة التي تناولتها صحف الدراسة، وهي دراسة وصفية، استخدمت منهج الدراسات المسحية، **ومن أهم النتائج**: جاءت القضايا الاجتماعية في المرتبة الأولى 42.5%، وتلاها قضايا الحوادث في المرتبة الثانية، ثم جاءت القضايا السياسية في المرتبة الثالثة، فيما كانت القضايا الرياضية المرتبة الرابعة، وإهمال الصحف للقضايا الاقتصادية والقانونية للمرأة.

9. دراسة جويده (2016)⁽¹⁰⁾: هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية معالجة الصحف النسائية المكتوبة في الجزائر لقضايا المرأة وحجم الاهتمام بها، وهي دراسة وصفية، استخدمت منهج الدراسات المسحية، و من أهم النتائج: جاءت قضية "العنف ضد المرأة" كأهم قضية تناولتها صحيفة الدراسة، وذلك في المرتبة الأولى بنسبة (36%)، واستخدمت صحيفة الدراسة عناوين المانشيت في المرتبة الأولى بنسبة (36%)، وبلغت نسبة استخدام صحيفة الدراسة للصور والرسومات (100%).

10. دراسة (Guta, 2015)⁽¹¹⁾: هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية استخدام النساء السعوديات لوسائل التواصل الاجتماعي في التواصل مع الآخرين والتعبير عن هويتهم، وهي دراسة وصفية، استخدمت منهج الدراسات المسحية، ومن أهم النتائج: إن استخدام الإنترنت بين النساء السعوديات يتأثر بشكل واضح بالقواعد المجتمعية الراسخة في المجتمع السعودي.

11. دراسة أبو جامع (2015)⁽¹²⁾: هدفت الدراسة إلى التعرف على دور المرأة الفلسطينية في تحقيق التنمية الريفية في غزة، وهي دراسة وصفية، استخدمت المنهج الوصفي التحليلي، ومن أهم النتائج: أن أعلى درجات الإجابة للأنشطة الإنتاجية للمرأة كانت في الإنتاج الزراعي الحيواني بنسبة (47.5%)، والنتاج الزراعي النباتي بنسبة (46.7%)، ويليهما التصنيع الغذائي بنسبة (45.1%)، وحفظ الأغذية (36.1%)، ثم التطريز والخياطة بنسبة (30.3%)

12. دراسة (WALLY, 2014)⁽¹³⁾: هدفت الدراسة إلى التعرف على تجارب سيدات الأعمال الإماراتيات اللواتي اخترن الإنستغرام لتسويق مشاريعهن الصغيرة. وهي دراسة وصفية، استخدمت منهج الدراسات المسحية، ومن أهم النتائج: أن الإنستغرام حسب رأي عينة الدراسة يعمل كأداة داعمة لدفع العملاء إلى متابعة وسائل أخرى عن طريق وضع الروابط الخاصة بالموضوعات المراد نشرها. ومن أسباب استخدام عينة الدراسة للإنستغرام، توافره للخصوصية التي تحتاجها السيدة دون مخالطة الغرباء.

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

استفاد الباحثان من الدراسات السابقة على النحو الآتي:

صياغة وبلورة مشكلة الدراسة، وتحديد أهدافها وتساؤلاتها، ومعرفة أهميتها، وبناء استمارة تحليل المضمون، وإعداد الإطار المعرفي والنظري، وكذلك الاستفادة من النتائج ومقارنتها مع النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة.

ثانياً: مشكلة الدراسة

تتبلور مشكلة الدراسة في التعرف على مدى اهتمام المواقع الاخبارية بقضايا التنمية لدى المرأة الفلسطينية، وأهم الموضوعات التي تتناولها، وتحديد الاتجاه والتعرف على أساليب طرحها ومصادرها الأولية والاعلامية، والنطاقات الجغرافية، وأدوار المرأة، وكذلك معرفة الأشكال الصحفية التي استخدمتها مواقع الدراسة مع عرض عناصر الإبراز والتدعيم في المواد الصحفية، وتوضيح جوانب الاتفاق والاختلاف.

ثالثاً: أهمية الدراسة

تكتسب الدراسة أهميتها على النحو الآتي:

1. ترجع الأهمية العلمية لموضوع الدراسة إلى محدودية الدراسات العربية وخاصة الفلسطينية التي تناولت المواقع الإخبارية وقضايا تنمية المرأة.
2. التعرف على حجم تغطية المواقع الاخبارية الفلسطينية لقضايا التنمية لدى المرأة على الصعيد المحلي، وانعكاس ذلك على تعميم ثقافة احترام دورها في تنمية المجتمع.
3. تناول الدراسة لموضوع يتعلق بالمرأة التي تشكل مكوناً أساسياً من مكونات المجتمع.
4. تقدم هذه الدراسة تقييماً موضوعياً للمواقع الاخبارية الفلسطينية نحو قضايا التنمية لدى المرأة، وهو ما يساعد في توفير مقترحات وتوجيهات تخص توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية في وضع خطط واضحة لزيادة الوعي لدى المرأة وتمكينها من القيام بدور إيجابي داخل المجتمع المحلي.

رابعاً: أهداف الدراسة وتساؤلاتها

- يمكن بلورة أهداف الدراسة في التساؤل الرئيسي الآتي: ما طبيعة معالجة المواقع الإلكترونية الفلسطينية لقضايا التنمية لدى المرأة الفلسطينية؟ وينبثق من التساؤل الرئيس عدداً من الأسئلة الفرعية الآتية:
1. ما مدى اهتمام مواقع الدراسة بقضايا التنمية لدى المرأة الفلسطينية وأولويات اهتمامها بها؟
 2. ما أبرز قضايا وموضوعات التنمية لدى المرأة الفلسطينية كما تناولتها مواقع الدراسة؟
 3. ما اتجاهات مواقع الدراسة لنشر قضايا التنمية لدى المرأة الفلسطينية؟
 4. ما مصادر المعلومات (الأولية والإعلامية) التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة عند تناولها لقضايا التنمية لدى المرأة الفلسطينية؟
 5. ما أساليب تقديم المضمون التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة في قضايا التنمية لدى المرأة الفلسطينية؟
 6. ما أساليب الإقناع التي استخدمتها مواقع الدراسة في تناولها قضايا التنمية لدى المرأة الفلسطينية؟
 7. ما النطاقات الجغرافية التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة في تناولها قضايا التنمية لدى المرأة الفلسطينية؟
 8. ما أدوار المرأة في المجتمع التي وظفتها مواقع الدراسة في تناولها قضايا التنمية لدى المرأة الفلسطينية؟
 9. ما الفنون والأشكال الصحفية التي استخدمتها مواقع الدراسة في تغطيتها لقضايا التنمية لدى المرأة الفلسطينية؟
 10. ما عناصر الإبراز والتدعيم التي صاحبت المواد المنشورة في مواقع الدراسة خلال معالجتها لقضايا التنمية لدى المرأة الفلسطينية؟
 11. ما عناصر الخدمات التفاعلية والمساعدة التي صاحبت المواد المنشورة في مواقع الدراسة خلال معالجتها لقضايا التنمية لدى المرأة الفلسطينية؟
 12. ما أوجه الاتفاق والاختلاف بين مواقع الدراسة في تناول قضايا التنمية لدى المرأة الفلسطينية؟

خامساً: الإطار النظري

استندت هذه الدراسة إلى نظرية ترتيب الأولويات، وهي من النظريات الإعلامية المهمة التي شاع استخدامها في الكثير من الدراسات الإعلامية، واستفاد الباحثان من نظرية ترتيب الأولويات " الأجنحة "، من

خلال دراسة طبيعة تناول المواقع الاخبارية الفلسطينية وترتيب أولوياتها ومدى اهتمامها بقضايا التنمية لدى المرأة، وذلك في صياغة أهداف وتساؤلات الدراسة.

سادساً: نوع الدراسة ومناهجها وأدواتها

1. نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص معينة، أو دراسة الحقائق الراهنة، أو مجموعة من الأحداث، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها⁽¹⁴⁾، وتركز هذه الدراسة على الحصول على معلومات دقيقة عن طبيعة قضايا التنمية لدى المرأة الفلسطينية في عينة الدراسة.

2. مناهج الدراسة:

اعتمد الباحثان في الدراسة للمواقع الاخبارية الفلسطينية على منهجين، هما:

أ. منهج الدراسات المسحية:

وهو أكثر المناهج العلمية ملاءمة للبحوث الوصفية، كونه جهداً علمياً منظماً يساعد في وصف الظاهرة أو مجموعة من الظواهر موضع الدراسة⁽¹⁵⁾، وفي إطار هذا المنهج استخدمت الدراسة أسلوب تحليل المضمون، وهو أنسب الأساليب التي يمكن استخدامها في جمع وتحليل المعلومات الأولية⁽¹⁶⁾، وتقديم وصف صريح لما تتناوله المواقع الإلكترونية الفلسطينية.

ب. منهج دراسة العلاقات المتبادلة:

يهدف هذا المنهج إلى دراسة العلاقات بين الحقائق التي تم الحصول عليها، بهدف الوصول إلى خلاصات لما يمكن عمله لتغيير الظروف والعوامل المحيطة بالظاهرة في الاتجاه الإيجابي⁽¹⁷⁾، وفي إطاره تم استخدام أسلوب المقارنة المنهجية، الذي يركز على إجراء المقارنات بين الظواهر المختلفة، وذلك للمقارنة بين سمات وخصائص معالجة المواقع الإلكترونية الفلسطينية لعينة الدراسة لقضايا التنمية لدى المرأة والتعرف على اهتمامات كل موقع من مواقع الدراسة على حدا.

3. أداة الدراسة: استمارة تحليل المضمون: وهي تشتمل عدة فئات على النحو الآتي:

أولاً: فئات المضمون (ماذا قيل؟): وإجابة هذا السؤال تتناول مادة المحتوى والأفكار والمعاني التي يحتويه، واشتملت على مجموعة من الفئات الفرعية هي: فئة القضايا، فئة الاتجاه، فئة الأساليب المتبعة، فئة أساليب التوعية والإقناع، فئة النطاق الجغرافي، فئة المصادر الإعلامية.

ثانياً: فئات الشكل (كيف قيل؟): هي مجموعة الفئات التي تصف كيفية وأسلوب تقديم أو عرض المحتوى وتهتم بالإجابة على السؤال كيف قيل؟ واشتملت على مجموعة من الفئات الفرعية مثل: فئة الفنون الصحفية، فئة العناصر الإبرازية، فئة العناصر التفاعلية والوسائط المتعددة.

سابعاً: مجتمع الدراسة وعينتها

1. مجتمع الدراسة:

يتحدد مجتمع الدراسة في جميع المواقع الفلسطينية الإلكترونية المرخصة لدى الجهات الإعلامية الرسمية في الضفة الغربية وقطاع غزة، وبلغ عددها (34) موقعًا إلكترونيًا.

2. عينة الدراسة:

أ. عينة المواقع:

تتمثل العينة العمدية للدراسة في المواقع الإخبارية الفلسطينية، وهي: (وكالة مَعَا الإخبارية، موقع دنيا الوطن، وكالة صفا)؛ حيث إن هذه المواقع هي أكثر المواقع اهتمامًا بقضايا التنمية لدى المرأة الفلسطينية. ب. العينة الزمنية: اختار الباحثان عينة أسلوب الحصر الشامل لكافة المواد الإعلامية الخاصة بقضايا التنمية لدى المرأة الفلسطينية المنشورة في مواقع الدراسة (موقع دنيا الوطن، وكالة مَعَا الإخبارية، وكالة صفا)، للمدة من 2019/4/1م وحتى 2021/4/1م.

وتم اختيار هذه المدة لتزامنها مع اليوم العالمي للمرأة والذي هو في الثامن من آذار من كل عام، ومشاركة المرأة الفلسطينية البارز في دعم وتعزيز التنمية في المجتمع، وهي الفترة الزمنية الأقرب لهذه الدراسة.

ثامناً: وحدات التحليل والعد والقياس

أ. وحدات التحليل: استخدم الباحثان في دراستهما الوحدات الآتية للتحليل:

1. وحدة الموضوع (الفكرة): وهي عبارة عن جملة تتضمن مجموعة من الأفكار التي يحتوي عليها موضوع التحليل⁽¹⁸⁾، والوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية التي يقصد بها "الوحدة الإعلامية المتكاملة التي تقوم الباحثة بتحليلها"⁽¹⁹⁾.

2. أسلوب العد والقياس: هو نظام التسجيل الكمي المنتظم لوحدات المحتوى وفئاته ومتغيراته⁽²⁰⁾، واستخدمت الباحثان التكرار كأسلوب للعد والقياس.

تاسعاً: إجراءات الصدق والثبات

1. إجراءات الصدق:

ينبغي للباحثين التأكد من دقة عملية تحليل البيانات أن يتساءل عن مدى توافر الصدق فيها، الصدق الداخلي ويعد اختبار الصدق الذي ويرتبط بالإجراءات المتخذة في التحليل كاختيار العينة، ووضع الفئات وتحديدًا تحديداً واضحاً دقيقاً، بالإضافة إلى درجة الثبات في التحليل⁽²¹⁾، ولتحقيق عنصر الصدق قام الباحثان بالإجراءات الآتية:

أ. التحديد الدقيق لفئات وأدوات تحليل المضمون وتحديد وحدات التحليل التي تتلاءم وطبيعة الدراسة بما يكفل تحقيق أهدافها، وتساؤلاتها، وتصميم استمارة تحليل المضمون.

2. اختبار الثبات:

هي عبارة عن إجراءات متعلقة بأداة جمع المعلومات، ويقصد بها "التأكد من درجة الاتساق العالية، والحصول على نتائج متطابقة أو متشابهة إذا تكرر استخدامها سواء من نفس المبحوثين أو مبحوثين آخرين"⁽²²⁾.

ولحساب درجة الثبات لهذه الدراسة قام الباحثان بإعادة تحليل مضمون عينة محددة من عينة الدراسة بلغ قوامها (60) موضوعاً إعلامياً، بنسبة (15.3%) من إجمالي عينة الدراسة الأصلية، ثم اختارهم بطريقة

عشوائية. وقد استخدم الباحثان معادلة "هولستي"، وكانت نسبة معامل الثبات للمواقع الثلاثة 95% وهي نسبة مرتفعة ومقبولة.

عاشراً: المفاهيم الأساسية للدراسة

1. المواقع الإلكترونية: مجموعة من ملفات الشبكة العنكبوتية ذات الصلة المتشابهة المرتبطة فيما بينهما، والتي قام بتصميمها فرد أو مجموعة من الأفراد أو إحدى المؤسسات⁽²³⁾.
2. التنمية حسب تعريف الأمم المتحدة: مجموعة من الوسائل والطرق التي تستخدم بقصد توحيد جهود الأهالي مع السلطات العامة من أجل تحسين مستوى الحياة من النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية في المجتمعات القومية والمحلية، وإخراج هذه المجتمعات من عزلتها لتشارك إيجابياً في الحياة القومية ولتسهم في تقدم البلاد⁽²⁴⁾.
3. القضايا التنموية لدى المرأة الفلسطينية في هذه الدراسة: مجموعة القضايا التي تهم المرأة بشكل عام والفلسطينية بشكل خاص، مثل القضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية وغيرها والتي تعمل المواقع الإخبارية الفلسطينية على رسمها وتشكيلها للمرأة من خلال معالجتها لقضاياها بأشكال صحفية مختلفة، وتتضمن ملامحها وسماتها واتجاهها وأدوارها داخل المجتمع.

المبحث الأول: نتائج الدراسة ومناقشتها

أولاً: توزيع المواد التي تم تحليلها في المواقع الإخبارية عينة الدراسة:

جدول (1): يوضح توزيع المواد الإعلامية التي تم تحليلها في مواقع الدراسة

النسبة	التكرار	المواقع الإخبارية
65.3%	255	وكالة معاً الإخبارية
18.1%	73	وكالة صفا للأنباء
15.8%	62	موقع دنيا الوطن
100%	390	المجموع

بلغ مجموع القضايا والموضوعات في مواقع الدراسة (390)، موزعة على المواقع الثلاثة، فقد تصدر موقع "وكالة معاً" أعلى نسبة تغطية لأخبار تنمية المرأة الفلسطينية، ويرجع الباحثان ذلك إلى أن موقع وكالة معاً هو موقع رسمي يعطي مساحة لتناول موضوعات وقضايا التنمية لدى المرأة الفلسطينية، أما عن موقع "وكالة صفا" فقد ركزت موضوعات تنمية المرأة الفلسطينية التي تناولها على النطاق المحلي وتحديد قطاع غزة باعتبارها تصدر منه، ويرى الباحثان أن نسبة معالجتها لقضايا وموضوعات تنمية المرأة لا تتناسب مع كونها وكالة ومن المفترض أن تنتوع مجالات ونطاق تغطيتها مع الإشارة إلى أن تركيزها على القضايا السياسية كان الأبرز وهو ما يتوافق مع مرجعيتها، وهو ما يتوافق مع أحد مرتكزات نظرية ترتيب الأولويات، بأن لوسائل الإعلام دورها في تسليط الضوء على بعض الأحداث وانتقائها، حيث يبدأ الجمهور في تبني الأجندة التي تطرحها هذه الوسائل الإخبارية. في حين جاء موقع "دنيا الوطن" في المرتبة الثالثة باهتمامه بقضايا التنمية لدى المرأة ويرى الباحثان أن هناك قصوراً في معالجة "دنيا الوطن" لقضايا التنمية لدى المرأة الفلسطينية باعتبارها موقعاً يهتم بالقضايا الاجتماعية بشكل عام.

ثانياً: ترتيب أولويات الاهتمام بقضايا وموضوعات التنمية لدى المرأة الفلسطينية في مواقع الدراسة:
جدول (2): يوضح ترتيب أولويات اهتمام مواقع الدراسة بقضايا وموضوعات تنمية المرأة الفلسطينية

الاتجاه العام		دنيا الوطن		وكالة صفا		وكالة معا		قضايا الموقع وموضوعات تنمية المرأة	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
8.48	47	0.83	1	12.40	17	9.76	29	العنف الأسري	الاجتماعية
6.31	35	8.33	10	5.10	7	6.06	18	العنف ضد المرأة	
4.33	24	4.16	5	4.37	6	4.37	13	المشاركة المجتمعية	
0.90	5	0	0	0	0	1.68	5	العادات والتقاليد	
0.18	1	0	0	0	0	0.33	1	أخرى	
2.52	14	0	0	2.18	3	3.70	11	المشاركة في العملية الانتخابية	السياسية
3.24	18	6.66	8	1.45	2	2.69	8	المشاركة في صنع القرارات	
0.72	4	0.83	1	0	0	1.01	3	المشاركة في النقابات	
8.48	47	8.33	10	8.75	12	8.41	25	دور المرأة السياسي والقيادي	
0.54	3	0	0	0	0	1.01	3	التجمعات الثقافية والمهنية	
0.18	1	0.83	1	0	0	0	0	الترشيح للبرلمان	الاقتصادية
0	0	0	0	0	0	0	0	أخرى	
7.22	40	5.83	7	11.67	16	5.72	17	مشاريع نسوية	الثقافية
5.05	28	11.66	14	2.91	4	3.36	10	عمل المرأة	
1.62	9	1.66	2	0	0	2.35	7	التمكين والفقر والبطالة	
0.18	1	0	0	0	0	0.33	1	أخرى	القانونية
7.58	42	9.16	11	8.02	11	6.73	20	ابداع المرأة	
3.42	19	0.83	1	4.37	6	4.04	12	الحصول على جوائز	
5.41	30	12.5	15	2.91	4	3.70	11	انجازات المرأة العلمية والثقافية	
0.72	4	0	0	0.72	1	1.01	3	أخرى	التعليمية
11.19	62	5	6	13.13	18	12.79	38	الحقوق القانونية للمرأة	
6.49	36	10	12	5.83	8	5.38	16	حماية المرأة قانونيا	
0.90	5	3.33	4	0	0	0.33	1	أخرى	التعليمية
1.08	6	0	0	0	0	2.02	6	التعليم الجامعي	
2.70	15	2.5	3	3.64	5	2.35	7	التعليم المهني والتقني	
0	0	0	0	0	0	0	0	المنح الدراسية	
0.72	4	0	0	1.45	2	0.67	2	التدريب والتأهيل	
0.18	1	0	0	0	0	0.33	1	العمل التطوعي	

0.18	1	0	0	0	0	0.33	1	التعليم عن بعد	
0	0	0	0	0	0	0	0	أخرى	
1.26	7	1.66	2	0	0	1.68	5	الخدمات الصحية المقدمة	الصحى
3.24	18	4.16	5	4.37	6	2.35	7	التوعية والتثقيف الصحي	
0.18	1	0	0	0	0	0.33	1	أخرى	
2.52	14	1.66	2	2.18	3	3.03	9	مسابقات وأنشطة	
0.54	3	0	0	0.72	1	0.67	2	التعصب الرياضي	الرياضية
0	0	0	0	0	0	0	0	أخرى	
0	0	0	0	0	0	0	0	القيم والأخلاق	الاجتماعية
0	0	0	0	0	0	0	0	العبادات	
0	0	0	0	0	0	0	0	المعاملات	
1.62	9	0	0	3.64	5	1.34	4	أخرى	
100	554	100	120	100	137	100	297	المجموع ^(*)	

(* المجموع هنا لا يتساوى مع عدد المواد الإعلامية، لأن كل موضوع قد يتناول أكثر من بند.

بينت نتائج الجدول السابق مدى اهتمام مواقع الدراسة في معالجة قضايا وموضوعات تنمية المرأة الفلسطينية، حيث تفاوتت نسب هذه الموضوعات بنسب بسيطة ومتقاربة ما عدا موضوعات "الحقوق القانونية للمرأة"، حيث حازت على المرتبة الأولى بنسبة مرتفعة بلغت (11.19%)، ونلاحظ أنه من الطبيعي أن تكون من أكثر المواضيع نسبة لأنها متعلقة بواقع المرأة الفلسطينية التي تواجه الانتهاكات الاسرائيلية من اعتقال وتعذيب واعتداء، لذا لا بد من الحديث عن الجوانب القانونية لحماية المرأة الفلسطينية من هذه الانتهاكات. ويرى الباحثان أن المجتمع الفلسطيني يعيش في مرحلة متوترة، وأن نبرة العنف ضد المرأة أصبحت عالية جداً ومتصاعدة. وأنها تسعى لتعزيز القانون الذي يحمي حقوقها كإمرأة فلسطينية. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة الفليت (2020): بأن جاءت وثيقة حقوق المرأة الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة ضعيفة جداً، وتختلف أيضاً هذه النتيجة مع دراسة خليفة (2017) أهدمت صحف الدراسة القضايا الاقتصادية والقانونية، على الرغم من أن هذه الفترة بعد الثورة كانت هناك مشاركة للمرأة في الصفوف الأولى للثورة بجانب الرجل. وتتفق أيضاً مع دراسة شبير (2018)، حيث جاءت الحقوق القانونية للمرأة في مقدمة الاهتمام بالمنظمات غير الحكومية، بينما تساوت موضوعات "العنف الأسري" و"دور المرأة السياسي والقيادي" بالمرتبة الثانية بنسبة (8.48%)، ونال موضوع "العنف الأسري" اهتمام مواقع الدراسة، لما لهذه الظاهرة من أسباب، ولما لها أيضاً من آثار قد تكون كارثية ما لم تقف عند حدها، وتعرف الجمعية العامة للأمم المتحدة "العنف ضد النساء" بأنه: "أي اعتداء ضد المرأة مبني على أساس الجنس، والذي يتسبب بإحداث إيذاء أو ألم جسدي، جنسي أو نفسي للمرأة، ويشمل أيضاً التهديد بهذا الاعتداء أو الضغط أو الحرمان التعسفي للحريات، سواء حدث في إطار الحياة العامة أو الخاصة". وبحسب جهاز الإحصاء المركزي، فإن (76.4%) من نساء قطاع غزة تعرضن لعنف نفسي، (17.8%) عنف جسدي، (8.8%) عنف جنسي، (78.9%) عنف اجتماعي، (88.3%) عنف اقتصادي.

أما موضوعات "دور المرأة السياسي والقيادي" فقد نال أيضا اهتمام مواقع الدراسة، ويرى الباحثان بأنه لا يمكن للمجتمع أن يحقق التنمية الشاملة إذا لم يكن للمرأة دور في صياغة القرارات المتعلقة بحياتها الخاصة والعامة، فتمكين المرأة بات يشكل التحدي الأهم لتحقيق التنمية على أساس المشاركة والفرص المتساوية. وتتفق هذه الدراسة مع دراسة شبير (2017) حيث جاء التمكين السياسي للمرأة في مقدمة الاهتمام بالمنظمات بنسبة (73.8%).

تلا ذلك موضوعات "الابداع والابتكار" في المرتبة الثالثة بنسبة (7.58%)، ويرى الباحثان أنها نتيجة منطقية للظروف التي تعرضت لها المرأة الفلسطينية التي ولدت ليها روح الابداع والابتكار والعمل على صقل مواهبهم وتمييزها، وقد عرف الابداع والابتكار: "بأنه عملية بشرية تراكمية مرنة، لتحقيق إنتاج متميز، يمكن تطبيقه". ومن أمثلة موضوعات ابداع المرأة الفلسطينية: دينا عوض فلسطينية مديرة أحد أهم مستشفيات نيويورك.

فيما جاءت موضوعات "المشاريع النسوية" في المرتبة الرابعة بنسبة (7.22%)، لتنمية دورها التنموي وإعادة تأهيل المشاريع النسوية، فقد عرفت (unido) تلك المشروعات بأنها: "تلك القطاع المكون من الوحدات الانتاجية التي تستثمر حجماً صغيراً نسبياً من رأس المال الثابت، بغض النظر عن مستوى وحدات حرفية حديثة أو تقليدية"⁽²⁵⁾.

في حين جاءت موضوعات "حماية المرأة قانونياً" بنسبة (6.49%)، ويعتقد الباحثان أن هذا أمر منطقي في التركيز على القضايا والموضوعات القانونية المتعلقة بواقع المرأة الفلسطينية التي تواجه الانتهاكات الاسرائيلية من اعتقال وتعذيب واعتداء، لذا لا بد من الحديث عن جوانب قانونية لحماية المرأة الفلسطينية من هذه الانتهاكات.

فمنذ الإعلان العالمي لحقوق الانسان، توالى الاتفاقيات الدولية الخاصة بحماية حقوق المرأة، وتوالى أيضا الاعلانات الحكومية الرسمية الصادرة عن الدول وعن ممثلها لدى المنظمات الدولية، بالحديث بلغة الترحيب وحسن النية من قبل هذه الحكومات في تطبيق المبادئ الخاصة بحقوق المرأة⁽²⁶⁾.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة خليفة (2017): أهملت صحف الدراسة القضايا الاقتصادية والقانونية. أما موضوعات "العنف ضد المرأة" جاءت بنسبة (6.31%)، حيث لاحظ الباحثان أثناء التحليل اختلاف اهتمامات مواقع الدراسة بهذه الموضوعات نظرا لاختلاف السياسة التحريرية ووعي المحررين بالقضايا والموضوعات الاجتماعية.

وتشكل ظاهرة العنف ضد النساء أحد أبرز صور الانتهاكات الجسمية لحقوق الإنسان، وتمثل عقبة أمام تحقيق المساواة والتنمية والتي لا يمكن مكافحتها والقضاء عليها، إلا بإرساء ثقافة مجتمعية مرتكزة على قيم حقوق الإنسان، وعلى مبادئ المساواة بين الجنسين، ثقافة مقرة بضرورة تمكين النساء وتوفير الحماية لهن، مع تمتيعهن بكل حقوقهن الإنسانية⁽²⁷⁾.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة جويده (2016): فقد جاءت قضية العنف ضد المرأة أهم قضية تناولتها صحيفة الدراسة وذلك في المرتبة الأولى بنسبة (36%)، بينما جاءت هذه الفئة في المرتبة السادسة على مستوى المواقع الفلسطينية.

وجاءت موضوعات "انجازات المرأة العلمية والثقافية" في المرتبة السابعة بنسبة (5.41%)، ويرى الباحثان أن انجازات المرأة العلمية والثقافية والفنية، وحصولها على جوائز محلية ودولية يعكس اهتمام مواقع الدراسة بتناول الجانب المشرق للمرأة الفلسطينية: ومن أمثلة انجازات المرأة الثقافية والعلمية والفنية: المعلمة هنادي أبو رمضان تفوز بلقب ملكة المسؤولية الاجتماعية عن فلسطين.

وجاءت الموضوعات المتعلقة "بعمل المرأة" في المرتبة الثامنة بنسبة (5.05%)، وقد جاء اهتمام مواقع الدراسة لقضايا والموضوعات الاقتصادية للمرأة بإظهارها كامرأة منتجة ولها انجازاتها الاقتصادية في المجتمع الفلسطيني.

أما موضوعات "المشاركة المجتمعية" جاءت بنسبة ضعيفة في المرتبة التاسعة بنسبة (4.33%)، ويشير الباحثان إلى أن المشاركة المجتمعية تؤدي دوراً مهماً يتمثل في المساعدة بتحديد الصعوبات والمشكلات التي تواجه حياة المرأة، إلا أن هذه المواضيع جاءت في إطار التغطية المحلية والعربية والدولية بنسبة متوسطة.

ويعد مبدأ المشاركة المجتمعية الذي يعتمد على تكوين لجان متخصصة ذات جاذبية وفعالية تكون نواة لمشاركة أوسع من جانب المجتمع فوجود اللجان يعتبر ضرورة تملئها طبيعة المشاركة المجتمعية والذي يؤدي العنصر البشري فيها دوراً مهماً بالإضافة إلى التوظيف الأمثل لهذا العنصر كذلك للموارد المختلفة للمجتمع المحلي⁽²⁸⁾.

وجاءت موضوعات "الحصول على جوائز" في المرتبة العاشرة بنسبة (3.42%)، ومن أمثلة الحصول على جوائز: فوز المعلمة رنا زيادة بجائزة مؤسسة التعاون للمعلم المتميز على مستوى فلسطين.

وتساوت موضوعات "المشاركة في صنع القرارات" و"التوعية والتثقيف الصحي" في المرتبة الحادية عشر بنسبة (3.24%). ويشير الباحثان إلى أن اهتمامات مواقع الدراسة بتلك الموضوعات الصحية والسياسية بنسب منخفضة على الرغم من وعي النساء بكيفية العناية الصحية بأنفسهن وعوائلهن للتقليل من الأخطار الصحية المحدقة بالمجتمع.

وتأتي أهمية المواضيع متوافقة مع نتيجة دراسة الفليت (2020): التي بينت أن شبكات التواصل الاجتماعي من أسرع الوسائل العنصرية لتشكيل رأي عام مناصر لقضايا المرأة الاجتماعية والسياسية والصحية.

بينما جاءت موضوعات "التعليم المهني والتقني" في المرتبة الثانية عشر بنسبة (2.70%)، ويرى الباحثان بأن الإقبال نحو التعليم المهني والتقني للمرأة أصبح بشكل لافت نتيجة سوق العمل، بينما تساوت موضوعات "الأنشطة الرياضية" و"المشاركة في العملية الانتخابية" بالمرتبة الثالثة عشر بنسبة (2.52%)، ويرى الباحثان بأن موضوعات الأنشطة الرياضية للمرأة لم تحظ باهتمام المواقع الفلسطينية بشكل ملفت. وهذه النتيجة تتفق مع دراسة بن زيدان 2020م: فقد حظي موضوع ممارسة المرأة للنشاط البدني الرياضي باهتمام ضئيل، أما موضوعات المشاركة في العملية الانتخابية فلم تهتم المواقع الفلسطينية بتغطية تلك الموضوعات.

بينما تساوت موضوعات "التمكين والفقر والبطالة" و"الموضوعات الأخرى" بالمرتبة الرابعة عشر بنسبة (1.62%)، وهي نسبة ضعيفة، ويعزو الباحثان ذلك نتيجة الحصار المفروض على قطاع غزة، ومن أمثلة الموضوعات الاقتصادية: الفلسطينية أروى العطاونة تحصد جائزة دولية في التمكين الاقتصادي للمرأة. أما الموضوعات الأخرى ومنها: الأدبية، فإن الباحثين يرون أن هذه النتيجة تتماشى مع واقع المرأة الفلسطينية الصعب وذلك للخروج من جمود القضايا السياسية والانسانية، وتسليط الضوء على الجانب المشرق للمرأة الفلسطينية ومنجزاتها.

وجاءت موضوعات "الخدمات الصحية المقدمة" في المرتبة الخامسة عشر بنسبة (1.26%)، وهي نسبة تعكس عدم اهتمام مواقع الدراسة بالواقع الصحي للمرأة الفلسطينية، رغم تعزيز وعي النساء بكيفية العناية الصحية بأنفسهن وعوائلهن للتقليل من الأخطار الصحية المحدقة بالمجتمع، ثم موضوعات "التعليم الجامعي" في المرتبة السادسة عشر بنسبة (1.08%) وهي نسبة منخفضة رغم اقبال المرأة على التعليم لاستكمال دراستها الجامعية واختيار التخصص المناسب، ومن أمثلة الموضوعات التعليمية: المعلمة الفلسطينية نهى حلس من غزة تفوز بلقب المعلم العالمي.

وتكشف الدراسة ضعف الاهتمام بالموضوعات الأتية: فقد تساوت موضوعات "العادات والتقاليد" و"الموضوعات الأخرى القانونية" في المرتبة السابعة عشر بنسبة (0.90%)، بينما تساوت موضوعات "المشاركة في النقابات" و"الموضوعات الأخرى الثقافية" و"التدريب والتأهيل" في المرتبة الثامنة عشر بنسبة (0.72%). وتساوت موضوعات "التجمعات الثقافية والمهنية" و"التعصب الرياضي" في المرتبة التاسعة عشر بنسبة (0.54%). كما تساوت موضوعات "الترشيح للبرلمان" و"الموضوعات الأخرى الاجتماعية" و"الموضوعات الأخرى الاقتصادية" و"العمل التطوعي" و"التعليم عن بعد" في المرتبة الحادية والعشرين بنسبة (0.27%). ويعتقد الباحثان أن ضعف الاهتمام بتلك القضايا يأتي لأولويات موضوعات أخرى تناولتها مواقع الدراسة.

ثالثاً: اتجاهات مواقع الدراسة لنشر قضايا وموضوعات التنمية لدى المرأة الفلسطينية

جدول (3): يوضح اتجاهات قضايا وموضوعات التنمية لدى المرأة الفلسطينية في مواقع الدراسة

الموقع	وكالة معا		وكالة صفا		دنيا الوطن		الاتجاه العام	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مؤيد	210	82.35	57	78.08	45	72.58	312	80
معارض	5	1.96	13	17.80	6	9.67	24	6.15
محايد	40	15.68	3	4.10	11	17.74	54	13.84
المجموع	255	100	73	100	62	100	390	100

تشير بيانات الجدول إلى أن الاتجاه المؤيد للموضوعات الخاصة بتنمية المرأة الفلسطينية حصلت على المرتبة الأولى بنسبة (80%) وهي نسبة مرتفعة جدا تعكس اهتمام مواقع الدراسة بعرض الاتجاه الايجابي نحو قضايا تنمية المرأة الفلسطينية والتي اشتملت على " المرأة المناضلة والمضحية، والمثقفة والشاعرة والنائبة،

والمشاركة في صنع القرار، إلى جانب تأييد الفعاليات التي تناصر المرأة في مختلف دول العالم، وقد تزايدت الدعوات إلى الاهتمام بالمرأة كونها ركنا أساسيا من أركان التنمية من خلال تنميتها والاهتمام بها، فكونها قادرة على الحفاظ على أسرتها وإدارتها بالشكل الذي يضعها في الموقع الفاعل في تنمية المجتمع، يجعلها قادرة على الحفاظ على أسرتها وإدارتها بالشكل الذي يضعها في الموقع الفاعل في تنمية المجتمع، ويجعلها قادرة على أن تكون نفسها ركناً أساسياً في هذه التنمية.

وتشير بيانات مواقع الدراسة أن الاتجاه الايجابي تصدر أولويات اهتمام مواقع الدراسة وجاء بنسبة عالية جداً بلغت في موقع معاً (82.35%) و(78.08%) في موقع صفا، و(72.58%) في موقع دنيا الوطن، لتؤكد النظرة الإيجابية للمرأة الفلسطينية. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة مدوخ (2018): فقد جاء الاتجاه الايجابي لتحليل صورة المرأة الفلسطينية في مواقع القنوات الفضائية الأجنبية الالكترونية باللغة العربية في المرتبة الأولى.

وجاء الاتجاه المحايد في المرتبة الثانية من الاتجاهات السائدة للموضوعات بنسبة (13.84%)، وهي نسبة متوسطة، وكان لموقع وكالة معا النصيب الأكبر، وذلك يدل على اتباع هيئة التحرير الخط الاعلامي المحايد من خلال التركيز على الموضوعات الانسانية والاقتصادية والاجتماعية للمرأة الفلسطينية، وتتفق مع دراسة فرج (2019): ظهور الاتجاه محايد نتيجة متابعة المرأة الفلسطينية للصفحات النسائية على شبكات التواصل الاجتماعي.

وجاء الاتجاه المعارض في المرتبة الثالثة بنسبة (6.15%)، وهذا يعكس ضعف اهتمام مواقع الدراسة في عرض الموضوعات التي تظهر الأدوار السلبية لتنمية المرأة الفلسطينية، فلم تظهر أي من المواقع صورة سلبية للمرأة سوى الضحية والمهمشة في بعض المواد المنشورة، وجاءت بنسب متقاربة. وتتفق هذه الدراسة مع دراسة الغزالي (2018): بأن جاء اتجاه المضمون المقدم نحو المرأة العاملة في الأفلام والمسلسلات عينة الدراسة سلبياً. وتتفق أيضاً مع دراسة خليفة (2017): أن المرأة ضعيفة ومهانة حيث عكست الصحف صورة سلبية لها، فلم تحصل على حقوقها كاملة، وتختلف مع دراسة كادراجيك (2010): والتي بينت أن القنوات التلفزيونية قدمت أعمالاً درامية نمطية عن المرأة في جنوب أفريقيا كرسست من المفاهيم السلبية المتعلقة بها داخل المجتمع.

رابعاً: مصادر المعلومات الاعلامية التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة في تغطيتها لقضايا وموضوعات تنمية المرأة الفلسطينية:

جدول (4): يوضح مصادر المعلومات الإعلامية التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة

الموقع		وكالة معا		وكالة صفا		دنيا الوطن		الاتجاه العام	
مصدر المعلومة		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مصادر خاصة	مراسل	17	6.66	11	15.06	9	14.51	37	9.48
مصادر عامة	محلية	0	0	0	0	0	0	0	0
	وكالات	1	0.39	0	0	1	1.61	2	0.51
	الانباء	0	0	0	0	2	3.22	2	0.51
	عالمية	0	0	0	0	0	0	0	0

0.51	2	0	0	0	0	0.78	2	صفحات ومجلات
0.76	3	4.83	3	0	0	0	0	إذاعة وتلفزيون
2.30	9	6.45	4	2.73	2	1.17	3	الشبكات الاجتماعية
5.89	23	8.06	5	9.58	7	4.31	11	كاتب مقال
79.74	311	61.29	38	72.60	53	86.27	220	بدون مصدر
0.25	1	0	0	0	0	0.39	1	أخرى
100	390	100	62	100	73	100	255	المجموع

وبتحليل بيانات الجدول السابق يتبين أن "مجهولة المصدر" احتلت المرتبة الأولى بنسبة (79.74%). ويرى الباحثان أن استخدام المصادر المجهولة ظاهرة موجودة في المواقع الإخبارية الفلسطينية، ولابد من وضعها في إطار سياسة تحريرية تحكمها وتحد من إمكانية تهديدها لمصداقية المادة، ومما لا شك فيه أن ذكر مصادر المادة الإعلامية في الموقع يكسب مصداقية وبناء ثقة أكثر من القراء، وقد أشارت العديد من الدراسات إلى هذا الأمر، والذي أكدت فيه أن عدم وجود مصدر يعد انتقاصاً للعمل الإعلامي ولمصداقية الموقع، وتتفق مع دراسة رحمي (2017) "بأن أبرز سلبات المواقع الإلكترونية الإخبارية وفقاً لوجهة نظر المبحوثات هو نشر بعض الأخبار والمعلومات دون الإشارة إلى المصدر وذلك بنسبة (61.0%)"، وتلتها مصادر "مراسل" بالمرتبة الثانية بنسبة (9.48%) وهي نسبة ضعيفة كونه مصدراً صحفياً أساسياً للمصادر الصحفية. ويشير الباحثان إلى أن العديد من المواقع الإخبارية باتت تعتمد على مراسلين يجب إعادة النظر في تأهيلهم وتكوينهم قبل التحاقهم بمختلف مجالات الإعلام، لأن المراسل الصحفي اليوم هو الشريان الحقيقي لأي مؤسسة إعلامية؛ حيث إن المراسل يعد من الأدوات التي من خلالها تحصل الصحف على أخبارها، وهو من أبرز الأدوات والمصادر الإخبارية فيها، كونه يمدّها بتفاصيل الأحداث في الخارج والأقرب لمكان وقوع الحدث⁽²⁹⁾، ويصف جورج كدر المراسل بقناص اللحظة والمنقب عن الذهب في واقع تتعقد علاقاته كل يوم ليكشف للناس عن جوانب لم يكونوا يرونها⁽³⁰⁾.

وجاء مصدر "كاتب مقال" بالمرتبة الثالثة بنسبة (5.89%) وهي نسبة ضعيفة ولكن يلاحظ تقدماً على المصادر الأخرى وخاصة وكالة معا التي تولي اهتماماً لهذا المصدر، حيث تعطي المساحة الكافية لإبراز آراء الكتاب والمختصين والمسؤولين وإعطاء منبر لهم ضمن موضوعات محددة تختارها، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة جويده (2016): التي كان من نتائجها استكتاب الصحف مجموعة من الخبراء والمختصين للكتابة حول قضايا المرأة.

واحتلت "الشبكات الاجتماعية" المرتبة الرابعة بنسبة (2.30%)، فالיום أصبحت شبكة الانترنت بفضل انتشارها الواسع من ناحية وغزارة معلوماتها من ناحية أخرى أحد أهم المصادر الإخبارية لوسائل الإعلام المعاصرة⁽³¹⁾، وأظهرت نتائج التحليل ضعف استخدام مواقع الدراسة لـ "وكالات الأنباء (المحلية، الإقليمية، العالمية)" بنسبة منخفضة تعادل (0.51%) على الرغم من أنها تعد أهم مصدر لتزويد المؤسسات الإعلامية بالأخبار الداخلية بشكل عام والأخبار الخارجية على وجه الخصوص، ويعتبرها أحمد بدر أداة رئيسية في تشكيل الرأي العام حيث ترى الشعوب عن طريقها الأحداث والوقائع والأشخاص والقيم، وبالرغم من ذلك كان استخدام

مواقع الدراسة لهذا المصدر ضعيف جدا في موقع دنيا الوطن و"موقع وكالة معاً" فيما لم يظهر في "موقع وكالة صفا". ويرجع الباحثان ذلك لضعف الإمكانيات المادية للمواقع الفلسطينية الإلكترونية وعدم قدرتها على الاشتراك رسمياً بهذه الوكالات للحصول على خدماتها الإعلامية.

ويمكن القول أن اعتماد وسائل الإعلام على "وكالات الأنباء" يندرج ضمن نظرية ترتيب الأولويات ويأتي في إطار المنافسة بين المواقع، إذ يفيد عنصر (الوقت، وتسارع الأحداث) الصحفيين في تقديمهم للقضايا، لذا يعتبر التوجيه من خلال وسائل الإعلام الأخرى بمثابة تأكيد على أهمية القضايا الجديدة وصحة تقديمها من قبل الصحفيين.

وكشفت الدراسة ضعف اهتمام مواقع الدراسة بمصادر "الصحف والمجلات" ومصادر "الإذاعة والتلفزيون، والمصادر الأخرى، وهذا يؤكد أن هناك ضعفاً في اهتمام مواقع الدراسة بتنوع مصادر المادة الإعلامية، وتؤكد أن تنوع المصادر عند اختيارها الحل الأكثر واقعية للخروج من معضلة نشر الحقائق أو المعلومات الموجهة.

خامساً: الأساليب التي يقدم فيها مضمون قضايا وموضوعات تنمية المرأة الفلسطينية في مواقع الدراسة جدول (5): يوضح الأساليب الإعلامية المتبعة في طرح قضايا وموضوعات تنمية المرأة الفلسطينية في مواقع الدراسة

الاتجاه العام		دنيا الوطن		وكالة صفا		وكالة معا		الموقع الاساليب الإعلامية المتبعة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
39.4	197	33.72	29	28.69	33	45.45	135	سرد المعلومات
16.4	82	12.79	11	20.86	24	15.82	47	الآراء والمقترحات
15.4	77	26.74	23	18.26	21	11.11	33	الإحصائي
9.6	48	5.81	5	13.04	15	9.42	28	طرح الحلول
9.8	49	11.62	12	9.56	11	8.75	26	التحليلي
4.2	21	4.65	4	2.60	3	4.71	14	النقدي
4.4	22	3.48	3	6.08	7	4.04	12	الحقائق
0.8	4	1.16	1	0.86	1	0.67	2	أخرى
100	500	100	88	100	115	100	297	المجموع (*)

(*) المجموع لا يتساوى مع عدد المواد الإعلامية، لأن المادة الإعلامية في كل موقع قد تتناول أكثر من أسلوب.

بينت نتائج الدراسة التحليلية تنوع مواقع الدراسة في اتباع الأساليب الإعلامية، وأولت أسلوب سرد المعلومات، حيث تصدر المرتبة الأولى بنسبة (39.4%)، كما اتفقت جميع مواقع الدراسة في أولوية هذا الأسلوب، ويرجع ذلك لاعتماد مواقع الدراسة على الطابع الخبري في نقل المعلومات أكثر من الطابع التفسيري وغيره.

وتلاه أسلوب "الآراء والمقترحات" بالمرتبة الثانية بنسبة (16.4%)، وهذه نتيجة توافر التفاعلية في مواقع الدراسة والتي تهتم بالآراء والمقترحات المقدمة، في حين جاء بالمرتبة الثالثة الأسلوب "الإحصائي" بنسبة

(15.4%) نظرا لتعدد الدلالات والأرقام التي تشير إلى موضوعات تنمية المرأة التي تناولتها مواقع الدراسة، بينما جاء بالمرتبة الرابعة "الأسلوب التحليلي" (التناقشي) بالمرتبة الرابعة بنسبة (9.8%) وهي نسبة ضعيفة نظرا لتركيزها على الطابع الخبري أكثر من التحليلي التفسيري، ثم جاء أسلوب "طرح الحلول" بالمرتبة الخامسة بنسبة (9.6%)، تلاه أسلوب "الحقائق" بالمرتبة السادسة بنسبة (4.4%)، وهي نتيجة ضعيفة لعدم وجود الأدلة والبراهين التي توافق الموضوع، وقلة اعتمادها على التقارير الإخبارية، ثم الأسلوب "النقدي" بالمرتبة السابعة بنسبة (4.2%) وهي تعتمد على الانتقادات الموجهة لسياسة أو أشخاص معينة وتعتبر نسبة ضئيلة جداً.

سادساً: الأساليب الإقناعية التي اتبعتها مواقع الدراسة في تغطية قضايا وموضوعات تنمية المرأة الفلسطينية: جدول (6): يوضح الأساليب الإقناعية التي اتبعتها مواقع الدراسة في تغطية قضايا وموضوعات تنمية المرأة الفلسطينية

الموقع		وكالة معا		وكالة صفا		دنيا الوطن		الاتجاه العام	
الاساليب الإقناعية		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
عاطفية		44.48	117	37.5	30	38.66	29	42.10	176
عقلية		25.09	66	13.75	11	12	9	20.57	86
المزج بين العاطفي والعقلي		18.63	49	18.75	15	20	15	18.89	79
بدون أسلوب		11.78	31	30	24	29.33	22	18.42	77
المجموع ^(*)		100	263	100	80	100	75	100	418

(*) جاءت الأساليب الإقناعية بعدد أكبر من عدد المواد الصحفية المنشورة في مواقع الدراسة، وذلك لأن المادة تحتوي على أكثر من أسلوب اقناعي

تشير النتائج إلى أن مواقع الدراسة أولت اهتماما واضحا لاستخدام الأساليب الإقناعية لقضايا وموضوعات تنمية المرأة الفلسطينية، وذلك يعد ميزة يختص بها الاعلام الفلسطيني ودلالة على القدرات التي تؤهل هذه المواقع من البحث وتغطية الموضوعات الصحفية من جميع جوانبها. حيث تصدر "الأسلوب العاطفي" المرتبة الأولى بنسبة (42.10%)، وهذا يعكس مدى اهتمام مواقع الدراسة بالأساليب التي تعتمد على العاطفة بما يخص قضايا تنمية المرأة الفلسطينية التي تعاني من انتهاكات الاحتلال في الضفة الغربية والحصار الخانق وتوديع أبنائها الأيتام في غزة، لذا كان التركيز على العاطفة في طرح موضوعات المرأة في مواقع الدراسة، وتميز موقع وكالة معا عن باقي المواقع في التركيز على استمالة الرأي العام بما يخص تنمية المرأة الفلسطينية. وتتفق هذه الدراسة مع ما توصلت إليه دراسة مدوخ (2018): فقد جاء الأسلوب العاطفي في المرتبة الأولى.

وجاء في المرتبة الثانية "الأسلوب العقلي" بنسبة (20.57%)، وهي نسبة متوسطة ويرى الباحثان أن قضية المرأة الفلسطينية انسانية عاطفية ونادرا ما يستخدم فيها الاستمالات العقلية الا في بعض الحالات، لذا اهتمت وكالة معا بدرجة كبيرة بلغت (25.09%).

وجاء في المرتبة الثالثة اسلوب "المزج بين العاطفي والعقلي" و"بدون أسلوب" بنسبة (18%)، وهي نسبة متوسطة تؤكد على أن بعض مواقع الدراسة حاولت المزج بين العاطفة والجوانب العقلية في تناولها لقضايا تنمية المرأة الفلسطينية من جانب الحياد والتعبير عن الرأي لتنافس المواقع الأخرى وكان موقع دنيا الوطن من اهتم بالمزج بين الأسلوبين وجاء بنسبة مرتفعة بلغت (20%)، بينما اهتمت وكالة صفا بعدم اتباع أي أسلوب في تغطيتها.

سابعاً: نطاق التغطية الجغرافية للمواد الاعلامية الخاصة بقضايا وموضوعات تنمية المرأة الفلسطينية في مواقع الدراسة:

جدول (7): يوضح التغطية الجغرافية للمواد الاعلامية الخاصة بقضايا وموضوعات تنمية المرأة الفلسطينية في مواقع الدراسة

الموقع		وكالة معا		وكالة صفا		دنيا الوطن		الاتجاه العام	
النطاق الجغرافي		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الضفة الغربية قطاع غزة القدس المحتلة أراضي 48 عربي دولي المجموع ^(*)	الضفة الغربية	169	58.88	19	23.45	27	39.13	215	49.19
	قطاع غزة	57	19.8	40	49.38	18	26.08	115	26.31
	القدس المحتلة	24	8.36	7	8.64	5	7.24	36	8.23
	أراضي 48	19	6.62	10	12.34	2	2.89	31	7.09
	عربي	12	4.18	3	3.70	7	10.14	22	5.03
	دولي	6	2.09	2	2.46	10	14.49	18	4.11
	المجموع ^(*)	287	100	81	100	69	100	437	100

(*) المجموع هنا لا يتساوى مع عدد المواد الإعلامية، لأن الموضوع قد يتناول أكثر من نطاق جغرافي. بينت الدراسة تصدر نطاق "الضفة الغربية" المرتبة الأولى بنسبة (49.19%)، وتلاه نطاق "قطاع غزة" بالمرتبة الثانية بنسبة (26.31%)، ويلاحظ هنا أن هناك تقارباً بين النطاقين وهو امر طبيعي باعتبارهم نطاقاً جغرافياً فلسطينياً لما تعيشه المرأة الفلسطينية من أوضاع.

ويمكن تفسير بروز نطاق الضفة الغربية في موقع وكالة معا وموقع دنيا الوطن بسبب مركزهما فيها، وتهتم بنقل ما يصدر من الحكومة والرئاسة، وكذلك بروز نطاق قطاع غزة في موقع صفا لأنها تصدر من غزة، في المقابل بينت الدراسة ضعف نطاق "القدس المحتلة" حيث جاء في المرتبة الثالثة بنسبة ضعيفة (8.23%)، و"أراضي 48" بالمرتبة الرابعة بنسبة (7.09%)، ثم "النطاق العربي" بالمرتبة الخامسة بنسبة (5.03%)، أما "النطاق الدولي" بالمرتبة السادسة بنسبة (4.11%).

ثامناً: الأدوار التنموية للمرأة الفلسطينية في القضايا التي تناولتها مواقع الدراسة

جدول (8): يوضح الأدوار التنموية للمرأة الفلسطينية التي ذكرتها مواقع الدراسة

الموقع		وكالة معا		وكالة صفا		دنيا الوطن		الاتجاه العام	
الأدوار التنموية		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مناضلة		65	22.64	18	19.35	4	4.87	87	18.83

19.48	90	17.07	14	17.20	16	20.90	60	عاملة
9.74	45	14.63	12	13.97	13	6.96	20	قيادية
15.36	71	12.19	10	11.82	11	17.42	50	ناشطة سياسية
6.49	30	10.97	9	10.75	10	3.83	11	وزيرة أو سفيرة
6.06	28	8.53	7	8.60	8	4.52	13	ممرضة
4.76	22	6.09	5	7.52	7	3.48	10	معلمة
13.63	63	18.29	15	4.30	4	15.33	44	مثقفة أو مبدعة
2.16	10	3.65	3	3.22	3	1.39	4	منطوقة
2.59	12	2.43	2	2.15	2	2.78	8	ربة منزل
0.86	4	1.21	1	1.07	1	0.69	2	أخرى
100	462	100	82	100	93	100	287	المجموع

كشفت الدراسة التحليلية أن دور المرأة العاملة جاء بالمرتبة الأولى بنسبة 19.48%، وهي نسبة مرتفعة مقارنة بباقي الأدوار التنموية للمرأة الفلسطينية ويعزو الباحثان ارتفاع هذه النسبة إلى كون المرأة عضوا في المجتمع وشريكة في إدارة المجتمع وتحمل شؤونه. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة الغزالي (2018) بوجود توافق بين نتائج تحليل المضمون والدراسة الميدانية في السمات الإيجابية والسلبية التي تظهر بها المرأة العاملة بالدراما التلفزيونية، وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة الشربيني (2012)⁽³²⁾: التي أظهرت الإهمال شبه التام لموضوعات في غاية الأهمية للمرأة المصرية المعاصرة، مثل تمكين المرأة في مجال العمل.

بينما كان دور المرأة المناضلة بالمرتبة الثانية بنسبة (18.83%) وهي نسبة مرتفعة وهذا يعكس اهتمام مواقع الدراسة بعرض الموضوعات التي تتحدث عن واقع المرأة الفلسطينية المناضلة، وطبيعة تواجد المرأة في أرض محتلة ومحاصرة من قبل الاحتلال الاسرائيلي لذا تشارك الرجل في مسيرة النضال الطويلة وتدافع عن حقوقها وحقوق أسرتها وشعبها من خلال مواجهتها لجنود الاحتلال وقد تميز موقع وكالة معا عن باقي مواقع الدراسة في الاهتمام بعرض دور المرأة الفلسطينية المناضلة من خلال: جيش الاحتلال يعتدي على النساء في حي الشيخ جراح. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة عيسى (2020) جسدت المرأة في عدم رغبتها في الاستسلام والمواصلة في محاولتها لتفكيك كل عنصر يحاول المساس بسلامة وأمن الأحياء.

وحظي دور المرأة الناشطة السياسية على المرتبة الثالثة بنسبة (15.36%)، ويرى الباحثان أن سبب اهتمام مواقع الدراسة بهذا الدور للمرأة الفلسطينية هو تركيزها على دور المرأة المناضلة والتي تشترك في صفة النشاط السياسي وتقوم موقع وكالة معا عن باقي المواقع في الاهتمام بدور المرأة الناشطة وجاء بنسبة (17.42%).

وحصل دور المرأة المثقفة في المرتبة الرابعة بنسبة (13.63%)، مما يدل على اهتمام مواقع الدراسة بالسمات الإيجابية للمرأة الفلسطينية المثقفة والروائية والشاعرة، وقد تميز موقع دنيا الوطن بالتركيز على السمات الإيجابية للمرأة الفلسطينية حيث جاءت المرأة المثقفة بنسبة (18.29%). وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه

دراسة جويده (2016): صورة المرأة المشاركة في الندوات والامسيات الثقافية والإعلامية والشاعرة والرسامة في صورة ايجابية مشرقة.

وجاء دور المرأة القيادي في المرتبة الخامسة بنسبة (9.74%) وهذا يعكس ضعف اهتمام مواقع الدراسة بدور المرأة القيادي بقدر التركيز على المرأة المواطنة الضعيفة، ويشار إلى أن موقع صفا أولي اهتمام بهذا الدور وتلاه موقع وكالة معا وموقع دنيا الوطن.

وحظي دور المرأة الوزيرة والممرضة على المرتبة السادسة بنسبة (6%) ويعكس هذا ضعفاً واضحاً من قبل مواقع الدراسة في تغطية الموضوعات التي تتناول المرأة بصفتها سفيرة أو وزيرة ومشاركة في صنع القرار الفلسطيني بقدر اهتمامها بالمرأة المنتهكة حقوقها. وقد كشف التحليل عن قلة اهتمام مواقع الدراسة بهذه الأدوار، إلا أن بعضها ساق أمثلة ومنها: انتخاب السفيرة الفلسطينية "بتسام زيدان" أمينا عاما لشبكة اعلام المرأة. وقد كشف التحليل أيضا عن قلة اهتمام مواقع الدراسة بدور المرأة الممرضة.

وجاء دور المرأة المعلمة على المرتبة السابعة بنسبة (4.76%)، ويعكس هذا التدني ضعفاً واضحاً من قبل مواقع الدراسة في تغطية الموضوعات التي تتناول المرأة بصفتها معلمة، وقد كشف التحليل عن قلة اهتمام مواقع الدراسة بهذه الأدوار، إلا أن بعضها ساق أمثلة ومنها: المعلمة الفلسطينية نهى حلس من غزة تفوز بلقب المعلم العالمي.

وحظي دور المرأة المتطوعة وربة المنزل على المرتبة الثامنة بنسبة (2%)، كما وجاءت أدوار المرأة الأخرى في المرتبة التاسعة بنسبة (0.86%)، وقد تنوعت هذه الأدوار في مواقع الدراسة ومنها المحاربة والمحاصرة والمنجزة والمقاومة والفنانة، وقد غلب على أكثر الاتجاه الايجابي، وكشف التحليل عن اهتمام واضح من قبل مواقع الدراسة بعرض أدوار متنوعة للمرأة الفلسطينية. ذكرت المرأة المحاصرة في: "طفلة فلسطينية أثارت تعاطفاً تنتظر زراعة الكلى"، والمرأة المنجزة في: "نساء من غزة يحولن النفايات لأشغال يدوية"، والمقاومة في: "في يوم المرأة العالمي: فلسطينيات مقاومات"، والفنانة في: "سناء موسى تنوع الأغاني التراثية هو ما جذبني لاحتياها"، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة الكفارنة (2019): والتي أكدت على عدم تحديد سمة معينة لأدوار المرأة في المجتمع.

تاسعا: الأشكال الصحفية المستخدمة للموضوعات المتصلة بقضايا تنمية المرأة الفلسطينية في مواقع الدراسة:

جدول (9): يوضح الأشكال الصحفية المستخدمة للموضوعات المتصلة بقضايا تنمية المرأة الفلسطينية في مواقع الدراسة

الاتجاه العام		دنيا الوطن		وكالة صفا		وكالة معا		الموقع الأشكال الصحفية
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
64.10	250	29.03	18	71.23	52	70.58	180	خبر
25.38	99	40.32	25	17.80	13	23.92	61	تقرير صحفي
3.07	12	11.29	7	2.73	2	1.17	3	حديث صحفي

3.84	15	1.61	1	6.84	5	3.52	9	قصة صحفية
3.58	14	17.74	11	1.36	1	0.78	2	مقال صحفي
100	390	100	62	100	73	100	255	المجموع

أوضحت النتائج تصدر "الخبر الصحفي" المرتبة الأولى بنسبة (64.10%)، من بين الأشكال الصحفية المستخدمة في مواقع الدراسة، ويرى الباحثان أن الطابع الخبري المتمثل في الخبر كان سائداً بين مختلف الفنون التحريرية في المواقع الإلكترونية الثلاثة عينة الدراسة، ويرجع ذلك لكون الصحافة الفلسطينية صحافة خبرية لا تركز على أية فنون أخرى، ولا تبحث إلا على الكتابة الخبرية السريعة فقط.

فالأخبار الصحفية تلبي رغبتنا في العلم بالشيء وتذكرنا بالماضي أو تفرض علينا مشكلة أو سرا أو حالة مضطربة، وهي تمكننا من معرفة حقيقة مشاعرنا الداخلية نحو أهداف الآخرين وتقترب علينا ما نقوم به وأهم من ذلك كله، فإن الأخبار تعطي الفرصة لإعادة حكمنا على المسائل العامة والشخصية، وتمدنا بمعلومات عن ماضيها، وتتيح لنا فهم العالم الذي نعيش فيه، والأخبار هي تقديم المعلومات الجديدة عن الأحداث الجارية⁽³³⁾.

ويمكن تفسير حصول "الخبر" المرتبة الأولى، هو تسارع وتيرة الأخبار السياسية في الساحة الفلسطينية وهي تحتاج إلى متابعة مستمرة ومتواصلة والاهتمام بها على حساب الأخبار الأخرى، أو عدم امتلاك البعض من العاملين في المواقع الفلسطينية لمهارات كتابة الفنون التفسيرية ومواد الرأي كالتحقيق والمقال الخاص بالمرأة، ويعتبره الباحثان عجزاً، وعلى المواقع الاهتمام بالتغطية التفسيرية أكثر، ليتسنى لها معالجة القضايا الخاصة بتنمية المرأة بشكل معمق. وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة مدوخ (2018): "جاء الخبر الصحفي في المرتبة الثانية بنسبة (29.1%) في مواقع القنوات الفضائية الأجنبية الإلكترونية باللغة العربية"، أما "التقرير الصحفي" الذي احتل المرتبة الثانية بنسبة (25.38%) بفارق كبير بينه وبين فئة الخبر الصحفي، وهذا يعكس الواقع الفلسطيني المتصاعد والميل للأخبار المستجدة بالمرتبة الثانية بنسبة (25.38%)، ولاحظ الباحثان تقدم التقرير على الأشكال الأخرى وخاصة في وكالة معا التي تولي اهتماماً لهذا الشكل.

حيث إن فن التقرير الصحفي أصبح يحتل المرتبة الأولى في ترتيب الأهمية في صحافة المجتمعات المتقدمة، ويجمع بين مزايا وخصائص أكثر من فن صحفي كالخبر، والحديث والتحقيق والمقال، ويقدم في شكل موجز وغير مخل، ويحتوي في نفس الوقت الحقائق ويتضمن التحليل وعرض الاحتمالات⁽³⁴⁾.

وجاءت القصة الخبرية في المرتبة الثالثة بنسبة (3.84%)، وكشف التحليل عن غياب القصة الصحفية في موقع دنيا الوطن.

وتلاها في المرتبة الرابعة المقال الصحفي بنسبة متقاربة بلغت (3.58%)، وتلاه الحديث الصحفي بنسبة (3.07%)، وهي نسب ضعيفة تعكس ضعف اهتمام مواقع الدراسة بالتنوع في استخدام الفنون الصحفية كافة "التفسيرية والاستقصائية" باعتبارها فنونا تحتاج لوقت وجهد كبير ومهارة وحس صحفي.

عاشراً: عناصر الإبراز المستخدمة للموضوعات المتصلة بقضايا التنمية لدى المرأة الفلسطينية في مواقع الدراسة:

جدول (10): يوضح تكرارات ونسب عناصر الإبراز المستخدمة في مواقع الدراسة للموضوعات المتصلة بقضايا التنمية لدى المرأة الفلسطينية

الاتجاه العام		دنيا الوطن		وكالة صفا		وكالة معا		الموقع	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	عناصر الإبراز	
33.73	139	23.52	16	35	28	35.98	95	خبرية	
23.78	98	26.47	18	15	12	25.75	68	شخصية	
19.66	81	32.35	22	20	16	16.28	43	موضوعية	
11.16	46	7.35	5	17.5	14	10.22	27	أرشيفية	
88.33	364	89.69	61	87.5	70	88.23	233	المجموع	
2.42	10	5.88	4	1.25	1	1.89	5	بدون صور	
9.22	38	4.41	3	11.25	9	9.84	26	الرسوم والجرافيك	
100	412	100	68	100	80	100	264	المجموع ^(*)	

(*) المجموع لا يساوي عدد المواد التي تم تحليلها، لأن المادة الواحدة يمكن أن تحتوي على أكثر من عنصر إبراز أو لا تحتوي على أي عنصر إبراز.

تشير نتائج الدراسة إلى أن "الصور" جاءت في مقدمة عناصر الإبراز التي استخدمتها مواقع الدراسة في عرض الموضوعات والقضايا المتعلقة بتنمية المرأة الفلسطينية بنسبة (88.33%)، ويرى الباحثان أن هذه المواقع اهتمت بشكل كبير بوجود الصور المصاحبة للمواد الصحفية المنشورة، نظراً لأهمية الصورة في إبراز الموضوع للقراء وتميزه عن سواه من الموضوعات السياسية والاجتماعية والاقتصادية، وهذه النسبة العالية للصور تدل على إدراك مواقع الدراسة لأهمية الصورة الصحفية، فمن البديهي أن المواقع "توظف إمكاناتها الشكلية كافة والأثرية في "القلب الصحفي" في سبيل التأكيد على فكرة معينة أو مجموعة من الأفكار في تناول موضوعات الصراع وأطرافه"⁽³⁵⁾. واتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة جويده (2018): حيث بلغت نسبة استخدام صحيفة الدراسة للصور والرسومات (100%).

وأظهر التحليل أن "الصور الخبرية" تصدرت أنواع الصور المصاحبة للمادة الصحفية وجاءت في المرتبة الأولى بنسبة (33.73%) وهي نسبة مرتفعة مقارنةً بأنواع الصور المستخدمة لقضايا تنمية المرأة، ويرى الباحثان أن تقدم "الصور الخبرية" واستخدامها على نحو مكثف في مواقع الدراسة يرجع لطبيعة التغطية التي تحتاج للتوثيق بالصور، وللتدليل على صدق الموضوعات المنشورة وإبراز معاناة المرأة الفلسطينية والانتهاك الواقع عليها من قبل الاحتلال أو انجازاتها الاقتصادية والاجتماعية.

جاء في المركز الثاني "الصور الشخصية" بنسبة (23.78%) وهي نسبة مرتفعة نسبياً، وهذا يعكس مدى اهتمام مواقع الدراسة بعرض الصور الشخصية للمرأة الفلسطينية النموذج في التضحية والعطاء والانجاز الثقافي والاقتصادي والسياسي لإعطاء المادة الصحفية إبراز عن غيرها من الموضوعات المنشورة على مواقع الدراسة

وجاء في المرتبة الثالثة "الصور الموضوعية" بنسبة (19.66%)، ويرى الباحثان منطقية النتيجة بالنسبة لقضايا تنمية المرأة، بسبب نوع المواد الخبرية التي تم عرضها وتحليلها، إذ إن الصورة تؤدي دوراً مساعداً في

استكمال الخبر الصحفي المنشور، وتأكيد أحداثه، فالصورة تحتل المرتبة الثانية من حيث الأهمية بعد الكلمة في الخبر الصحفي، وعلى العكس من ذلك في التلفزيون⁽³⁶⁾.

أما "الصور الأرشيفية" جاءت بالمرتبة الرابعة بنسبة (11.16%). ويرى الباحثان أن حصول الصور على هذه النتيجة المتوسطة أمراً غير منطقي وكان لابد من مضاعفة الاهتمام النابع من أن الصورة جزء لا يمكن الاستغناء عنها في المواد الإعلامية.

ثم جاءت "الرسوم والجغرافيك" في المرتبة الثانية بنسبة (9.22%)، وهي نسبة ضعيفة، وهذا يشكل نقطة ضعف في مواقع الدراسة، واختلفت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة جويده (2018): حيث بلغت نسبة استخدام صحيفة الدراسة للصور والرسومات (100%).

وتلاها "بدون صور" في المرتبة الثالثة بنسبة (2.42%)، وهي نسبة ضعيفة جدا مما يعطي دلالة بضعف تناول الواقع للصور خلال المادة الإعلامية المنشورة ولابد من اعطاء المزيد من الأهمية للصور المرافقة، نظرا لأهميتها على المصادقية والموضوعية.

حادي عشر: عناصر التدعيم والوسائط المتعددة المستخدمة في مواقع الدراسة للموضوعات المتصلة بقضايا التنمية لدى المرأة الفلسطينية:

جدول (11): يوضح تكرارات ونسب عناصر التدعيم والوسائط المتعددة المستخدمة في معالجة موضوعات قضايا التنمية لدى المرأة الفلسطينية في مواقع الدراسة:

الاتجاه العام		دنيا الوطن		وكالة صفا		وكالة معا		الموقع
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0	0	0	0	0	0	0	0	روابط الاحالة
8.94	5	0	0	83.33	5	0	0	النص الفائق
89.47	51	95.23	20	16.66	1	100	30	ملف الفيديو
0	0	0	0	0	0	0	0	فلاش
1.75	1	4.76	1	0	0	0	0	الملف الصوتي
0	0	0	0	0	0	0	0	الانفوجرافيك
0	0	0	0	0	0	0	0	أخرى
100	57	100	21	100	6	100	30	المجموع ^(*)

^(*) المجموع أقل من عدد المواد التي تم تحليلها، لأن بعض المواد لا تحتوي على أي عنصر تدعيم أو وسائط متعددة.

نلاحظ من نتائج الجدول أن المواقع الفلسطينية الالكترونية قد استخدمت "الفيديو" بشكل متفاوت حيث ظهر بنسبة (100%) بواقع (30) تكراراً في موقع وكالة معا، و(95.23%) بواقع (20) تكراراً في موقع دنيا الوطن، و(16.66%) بواقع تكرار واحد في موقع صفا.

ويرجع الباحثان ضعف استخدام "الفيديو" إلى أنه يحتاج إلى تكلفة عالية وإلى كادر بشري مدرب، كما أن احجام بعض المواقع عن استخدام "الفيديو" قد يرجع إلى أسباب مهنية متعلقة بصعوبة الحصول على فيديو

مرافق للمادة المنشورة، مما يؤثر سلبا على تحقيق التأثير بصريا وسمعيا وفكريا وجذب القراء كونها أهم وظائف استخدام الفيديو وبالتالي لا يحقق التدعيم المطلوب في قضايا تنمية المرأة. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة رحمي (2017): أن أهم الوسائط المتعددة التي يستفدن المبحوثات من استخدامها داخل المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية هو الفيديو وذلك بنسبة (72.5%).

وظهر "ملف الصوت" في موقع دنيا الوطن بنسبة ضئيلة جدا، ولم يسجل أي استخدام له في المواقع الأخرى، وهذا يقلل من إمكانية دعم ملف الصوت للمادة التحريرية المنشورة، ويقلل بشكل كبير من تأكيد المادة التحريرية ويؤثر على مصداقيتها. ولاحظ الباحثان غياب غالبية عناصر التدعيم والوسائط المتعددة في كافة المواقع والتي أصبحت أدوات مهمة للمواقع الإلكترونية لجذب الانتباه والتأثير على القراء مثل (روابط الاحالة، الانفوجرافيك، الفلاش) والتي تستخدم من قبل آلاف المواقع الإلكترونية، ويرى الباحثان أن غياب "روابط الاحالة والنص الفائق" يعود لسبب مادي للموقع بحيث يحتاج استخدامهم لطاقتهم كبير في اعدادهم وتجهيزهم، كما يتطلب استخدامهم متابعة من قبل المحرر بحيث يجب عليه أن ينتقي ما يمكن اختصاره من الماد التحريرية، ووضع رابط تشعبي له في حال احتاج المستخدم لمزيد من التفاصيل، وبالتالي يحتاج إلى جهد تقني وفني يدعم هاتين الخاصيتين.

أما عن خاصية "الفلاش" فيؤخذ على المواقع الفلسطينية الإلكترونية عدم استخدامها رغم أنها تقنية برمجية لا تحتاج لجهد بشري كبير، بل تعتبر فرصة لإعطاء المستخدم طريق جديدة لاستعراض النسخة المطبوعة، ويمكن استخدامها في قضايا تنمية المرأة بحيث يساعد في اعداد وحدات اخبارية متكاملة، باحتواء الخبر الواحد على روابط فيديو أو عرض صور خاصة لتنمية المرأة، والمرأة العاملة... الخ، وتظهر في شاشة واحدة.

ولم يحظ "فن الانفوجرافيك" بأي نسبة في المواقع عينة الدراسة بأي شكل من الأشكال ويعتبر ذلك تقصيرا كبيرا في الاستفادة من الامكانيات التكنولوجية الحديثة. وهذا الضعف الملحوظ في استخدام "فن الانفوجرافيك" في المواقع الإلكترونية خاصة في ظل الصعوبات المالية التي تمر بها المؤسسات الاعلامية مما يحول من توفير طاقم متخصص لإنتاج الانفوجرافيك. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة مدوخ (2018): باقي الوسائط الاشكال الجرافيكية والفلاش وأخرى لم تحظ بأي اهتمام من إجمالي الوسائط المتعددة التي رافقت المواد الإعلامية في مواقع الدراسة.

ثاني عشر: العناصر التفاعلية والخدمات المساعدة التي قدمتها مواقع الدراسة في عرض قضايا تنمية المرأة الفلسطينية

جدول (2): يوضح العناصر التفاعلية والخدمات المساعدة التي قدمتها مواقع الدراسة لعرض قضايا تنمية المرأة الفلسطينية

الموقع		وكالة معا		وكالة صفا		دنيا الوطن		الاتجاه العام	
عناصر التفاعلية		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
النشر والمشاركة		0	0	73	20	62	20	135	18.56
الردود والتعليقات		0	0	73	20	62	20	135	18.56

22.69	165	20	62	20	73	57.69	30	لا يمكن التعليق
3.02	22	0	0	0	0	42.30	22	تطبيقات الهاتف المحمول
18.56	135	20	62	20	73	0	0	الوسم /الهشتاج
18.56	135	20	62	20	73	0	0	ارسال عبر البريد
0	0	0	0	0	0	0	0	أخرى
100	727	100	310	100	365	100	52	المجموع ^(*)

(*) قد تحتوي العناصر التفاعلية على أكثر من عنصر في مواقع عينة الدراسة.

اتفقت المواقع الثلاثة بخدمة "لا يمكن التعليق"، وتفوق موقع وكالة معا في استخدامه "تطبيقات الهاتف المحمول"، كما اتفق موقع "وكالة صفا" و"موقع دنيا الوطن" في اهتمامها بتوفير الخدمات التفاعلية التالية: (النشر والمشاركة، الردود والتعليقات، لا يمكن التعليق، الوسوم، ارسال عبر البريد) وهذا ينم عن مدى فهم المواقع لأهمية التواصل مع الجمهور وتسهيل مشاركة المواد الصحفية.

ما يؤخذ على "موقع وكالة معا" ضعف استغلاله للإمكانيات والخدمات المتوفرة على الانترنت، مثل: (النشر والمشاركة، الردود والتعليقات، الوسوم/الهشتاج، ارسال عبر البريد) مما يؤدي بطبيعة الحال لتردى التفاعل بين الجمهور والموقع، وهذا غير منطقي باعتباره الوكالة الفلسطينية الرسمية والتي يتوجب عليها أن ترقى بتطبيقات موقعها لأدوات التفاعلية إلى مستوى ما هو موجود في البلدان المتقدمة، وذلك لاستقطاب أكبر قدر ممكن من الزوار لصفحة الموقع.

بشكل عام تعتبر التفاعلية في الصحافة الإلكترونية إحدى الأدوات التي غيرت العملية الاتصالية بين المرسل والمستقبل، وجعلت المنتج والمستهلك يتبادلان الأدوار في أحيان كثيرة، كما أن العملية الاتصالية في الصحافة الإلكترونية العربية لم تصل بعد إلى المستوى المطلوب، ولم تستفيد بدرجة كبيرة من تطور تكنولوجيا الاتصال إلا بنماذج قليلة، والتي تعد نماذج إعلامية عربية قادرة على المنافسة في الساحة الإعلامية والإلكترونية خاصة مع ما تتطلبه هذه المنافسة من توفر لخطط استراتيجية وإمكانيات بشرية ومادية⁽³⁷⁾.

واتفقت المواقع الثلاثة بخدمة "طباعة وحفظ الموضوع" ويرى الباحثان أن الارتفاع في الاهتمام بهذه الخدمة نابع من حرص المواقع على توسيع مجال الاستفادة من مادتها الصحفية، من خلال مساعدة القارئ على الاحتفاظ وطباعة الموضوع وتوسيع مساحة الاستفادة من موادها المنشورة، كما واتفقت في خدمة "تكبير وتصغير الموضوع".

كما وأتاحت "الاستماع للنص" و"متعلقات"، وهي خدمة تنفرد فيها دنيا الوطن عن طريق قراءة النص بالصوت وهي تخدم من خلالها ضعفاء القراءة وذوي الإعاقة البصرية. ويرى الباحثان أن مواقع الدراسة لا تهتم بشكل كبير في العناصر التفاعلية المرافقة للمواد الخبيرة الخاصة بقضايا وموضوعات تنمية المرأة، وهذا يختلف مع دراسة رحمي (2017): تطور المواقع الإلكترونية بشكل سريع وملحوظ ومواكبة أحداث التقنيات في تكنولوجيا الاتصال بنسبة (66.2%).

المبحث الثاني: خلاصة نتائج الدراسة والتوصيات

أولاً: أهم نتائج الدراسة:

1. حظيت القضايا الاجتماعية على المرتبة الأولى بنسبة (20.21%)، وفي المرتبة الثانية القضايا القانونية بنسبة (18.59%)، وتلاه القضايا الثقافية في المرتبة الثالثة بنسبة (17.14%).
2. تصدر موضوع الحقوق القانونية للمرأة كأحد القضايا القانونية بنسبة (11.19%)، وموضوع العنف الأسري، ودور المرأة السياسي بنسبة (8.48%) كأحد القضايا الاجتماعية، والسياسية، أما موضوعات ابداع المرأة جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة (7.58%).
3. جاء الاتجاه المؤيد لقضايا تنمية المرأة الفلسطينية المرتبة الأولى بنسبة (80%)، وتلاه في المرتبة الثانية الاتجاه المحايد بنسبة (13.84%)، وجاء في المرتبة الأخيرة الاتجاه المعارض بنسبة (6.15%).
4. تصدرت المصادر المجهولة المرتبة الأولى بنسبة (79.74%)، وتلاه في المرتبة الثانية المراسل الصحفي بنسبة (9.48%)، ثم جاء كاتب مقال في المرتبة الثالثة بنسبة (5.89%).
5. حصل أسلوب سر المعلومات المرتبة الأولى بنسبة (39.4%)، ثم تلاه أسلوب الآراء والمقترحات بنسبة (16.4%)، ثم جاء في المرتبة الثالث الأسلوب الاحصائي بنسبة (15.4%).
6. جاء الأسلوب الإقناعي العاطفي في المرتبة الأولى بنسبة (42.10%)، وتلاه الأسلوب العقلي في المرتبة الثانية بنسبة (20.57%).
7. حاز النطاق الفلسطيني على المرتبة الأولى بنسبة (90.82%)، وتلاه في المرتبة الثانية النطاق العربي بنسبة (5.03%)، في حين حظي النطاق الدولي المرتبة الثالثة بنسبة (4.11%).
8. جاء الدور التنموي للمرأة الفلسطينية العاملة في المرتبة الأولى بنسبة (19.48%)، وتلاه في المرتبة الثانية المناضلة بنسبة (18.83%)، وجاء في المرتبة الثالثة دور الناشطة السياسية بنسبة (15.36%).
9. حل الخبر الصحفي كأحد الأشكال الصحفية لقضايا تنمية المرأة الفلسطينية في مواقع الدراسة في المرتبة الأولى بنسبة (64.10%)، وتلاه في المرتبة الثانية التقرير الصحفي بنسبة (25.38%)، وجاء في المرتبة الثالثة القصة الصحفية بنسبة (3.84%).
10. جاءت في المرتبة الأولى فئة الصور الخيرية بنسبة (33.73%)، ثم الصور الشخصية في المرتبة الثانية بنسبة (23.78%)، بينما في المرتبة الثالثة جاءت فئة الصور الموضوعية بنسبة (19.66%).
11. جاءت في المرتبة الأولى فئة ملف فيديو بنسبة (89.47%)، تلتها في المرتبة الثانية النص الفائق بنسبة (8.94%)، ثم جاء ملف الصوت في المرتبة الثالثة بنسبة (1.75%).
12. حصلت الفئات الآتية النشر والمشاركة، الردود والتعليقات، الوسم / الهاشتاج، ارسال عبر البريد المرتبة الأولى بنسبة (18.56%) لكل واحدة منهم، تلتها في المرتبة الثانية لا يمكن التعليق في المرتبة الثانية بنسبة (22.69%)، بينما جاءت في المرتبة الثالثة فئة تطبيقات الهاتف المحمول بنسبة (3.02%).
13. حازت الفئات الآتية تكبير وتصغير الموضوع، طباعة وحفظ الموضوع المرتبة الأولى بنسبة (40.16%) لكل واحدة منهم، تلتها في المرتبة الثانية الاختصار في المرتبة الثانية بنسبة (6.90%)، بينما جاءت في المرتبة الثالثة فئة الاستماع للنص، ومتعلقات بنسبة (6.38%) لكل واحدة منهم.

ثانيا: أهم توصيات الدراسة

- في ضوء نتائج الدراسة السابقة، خلص الباحثان إلى مجموعة من التوصيات التي تساهم بزيادة اهتمام المواقع الإلكترونية بقضايا تنمية المرأة، وهي على النحو الآتي:
1. ضرورة أن تعطي المواقع الإخبارية الفلسطينية مزيداً من الأهمية لأولويات قضايا تنمية المرأة الفلسطينية عند معالجة واقع المرأة، وإفراد مساحات إضافية في مواقعها كميّاً ونوعياً، وبشكل يراعي خصوصية كل مجال وليس التركيز بمجالات محددة على حساب مجالات أخرى.
 2. تحض الدراسة على تدعيم الرسالة الإعلامية بالإحصائيات والأرقام والأدلة القانونية وعرض وجهات النظر حول قضايا تنمية المرأة الفلسطينية.
 3. تحديد المصدر الإعلامي للمعلومات وعدم الاعتماد على المصادر المجهولة مع ضرورة التنوع في المصادر الإعلامية والاعتماد على المصادر الخاصة حرصاً على صدق الخبر وتعاطيه مع واقع الحدث بصدق ودقة وموضوعية.
 4. ضرورة منح نطاق قطاع غزة، والقدس المحتلة، وأراضي 48 مزيداً من الاهتمام بوصفه منطقة جغرافية فلسطينية وعدم فصلها عن بعضها البعض أو تهميش بعض المناطق على حساب مناطق أخرى.
 5. تدعو الدراسة إلى التركيز على جميع أدوار المرأة الفلسطينية للتنمية "العاملة والقيادية والمناضلة والناشطة السياسية والوزيرة" لما لهن من دور إيجابي في المجتمع الفلسطيني الذي يحتاج إلى عطائهن وتضحياتهن وإنجازاتهم.
 6. ضرورة الاعتماد على باقي الفنون الصحفية من خلال الجانب الخبري وجانبي الرأي والتفسير لقضايا تنمية المرأة، لتقديم رؤية متكاملة للقارئ كالمقالات الصحفية والحديث الصحفي والتحقيقات الصحفية.
 7. ضرورة التنوع في استخدام الصور مع موضوعات تنمية المرأة الفلسطينية، مع ضرورة عدم اغفال الدور الكبير الذي يمكن أن تؤديه في التأثير على القارئ من أنواع الصور الأخرى كالجمالية والرسوم والكاريكاتير والصور الجرافيكية.
 8. العمل على تفعيل وتطبيق واستخدام التقنيات المميزة للصحافة الإلكترونية كالنص الفائق، والوسائط المتعددة والتفاعلية بما يتلاءم مع التطورات مع بذل مزيداً من الجهد للتواصل مع الجمهور المحلي والعربي والدولي.
 9. يوصي الباحثان بزيادة الاهتمام بتدعيم المواد الخبرية المنشورة على المواقع الفلسطينية الإلكترونية بملف الوسائط المتعددة، خصوصاً ملفات الفيديو من تقارير وتصريحات ومقابلات حوارية – لما لهذه المواد من أهمية بالغة وقيمة عالية كأساس في تشكيل رأي عام لتدعيم قضايا تنمية المرأة الفلسطينية.
 10. تدعو الدراسة تفعيل النص التشعبي وروابط الاحالة التي تعطي مساحة واسعة من المعلومات للقارئ وتغرس الثقة بينه وبين المواقع الإخبارية.
 11. إفساح المجال أمام مشاركة القارئ في التعبير عن رايه للمواد الصحفية المنشورة من خلال السماح بالتعليقات والردود وزيادة مساحة المناقشة وتبادل الآراء أمام إدارة ومستخدمي الموقع.
 12. ضرورة تفعيل الأرشيف في المواقع الفلسطينية وخاصة الإخبارية، وكذلك خدمة البحث لأي مادة صحفية لما لهذه المواقع من إشكاليات في الأرشيف والبحث عن أي مادة صحفية أخرى.

المصادر والمراجع:

1. المنتدى العربي. (2014). *المرأة والإعلام في ضوء المتغيرات الراهنة، مراكش، المغرب: منظمة المرأة العربية، موقع إلكتروني: www.social.gov.ma*، ص 5.
2. العجلة، أحلام (2022). *صورة المرأة الفلسطينية في المواقع الإلكترونية العسكرية في فلسطين. دراسة تحليلية مقارنة، (رسالة ماجستير غير منشورة)، الجامعة الإسلامية، غزة.*
3. عبد الله، فاطمة (2021). *صورة المرأة الفلسطينية في الصحف العربية في المهجر، دراسة تحليلية مقارنة، (رسالة ماجستير غير منشورة)، الجامعة الإسلامية، غزة.*
4. حسن، عبير عبد الشكور. (2021). *صورة المرأة العربية كما تعكسها المواقع الصحفية العربية والأجنبية: دراسة تحليلية مقارنة لموقعي الشرق الأوسط والواشنطن بوست، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية – المعهد الدولي العالي للإعلام بالشرق، العدد (15).*
5. الفليت، عبير؛ وأبو رحمة، سعيد. (2020). *"تناول شبكات التواصل الاجتماعي لقضايا المرأة: دراسة على مجتمع المرأة الفلسطينية"، مجلة الدراسات العلمية، المركز الديمقراطي العربي برلين – ألمانيا، ع (13).*
6. فرج، فداء. (2019). *اتجاهات المرأة الفلسطينية نحو متابعة الصفحات النسائية على شبكات التواصل الاجتماعي، (رسالة ماجستير غير منشورة)، الجامعة الإسلامية، غزة.*
7. مدوخ، نداء. (2018). *صورة المرأة الفلسطينية في مواقع القنوات الفضائية الأجنبية الإلكترونية باللغة العربية، (رسالة ماجستير غير منشورة)، الجامعة الإسلامية، غزة.*
8. رحمي، أشواق. (2017). *استخدامات المرأة الفلسطينية للمواقع الإلكترونية الإخبارية والإشاعات المتحققة منها، (رسالة ماجستير غير منشورة)، الجامعة الإسلامية، غزة.*
9. خليفة، آية (2017). *صورة المرأة في الصحافة المصرية في فترة حكم الإخوان: دراسة تحليلية على عينة من الصحف المصرية (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة المنصورة، مصر.*
10. جويده، بوطالب. (2015). *المعالجة الإعلامية لقضايا المرأة في الصحافة النسائية الجزائرية: دراسة تحليلية، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الدكتور مولاي الطاهر، سعيدة – الجزائر.*
11. Guta, H. (2015). "Veiling and blogging; social media as sites of identity negotiation and expression among Saudi women", *journal of international women's studies*, 16(2), P. 115–125.
12. أبو جامع، وداد. (2015). *دور المرأة الفلسطينية في تحقيق التنمية الريفية "دراسة حالة المناطق الجنوبية بقطاع غزة"، (رسالة ماجستير غير منشورة)، الجامعة الإسلامية، غزة.*
13. Wally, e. (2014). *The Use of Instagram as A Marketing Tool by Emirati Exploratory Study, University of Wollongong in Dubai.*
14. حسين، سمير. (2010). *بحوث الإعلام: دراسات في مناهج البحث العلمي، (د.ط.)، القاهرة: عالم الكتب، ص 131.*
15. عبد الحميد، محمد. (1997). *بحوث الصحافة، ط1، القاهرة: دار عالم الكتب، ص 8.*
16. العبد، عاطف؛ وعزمي، زكي. (1993). *الأسلوب الإحصائي استخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام. (د.ط.)، القاهرة، عالم الكتب، ص 208.*
17. حسين، سمير. (2010). *بحوث الإعلام: دراسات في مناهج البحث العلمي، (د.ط.)، القاهرة: عالم الكتب، ص 160.*
18. حسين، سمير محمد. (1983). *تحليل المضمون: تعريفاته، ومفاهيمه، ومحدداته، واستخداماته الأساسية، ووجداته وفتاته، وجوانبه المنهجية، وتطبيقاته الإعلامية. (د.ط.)، القاهرة: عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، ص 79.*
19. المرجع السابق، ص 81.

20. حسين، سمير. (2010). بحوث الإعلام: دراسات في مناهج البحث العلمي، (د.ط)، القاهرة: عالم الكتب، ص260.
21. Wimmer, R. & Dominick, J. (2013). Mass Media Research: An Introduction, 9th edition, p.154.
22. حسين، سمير. (2010). بحوث الإعلام: دراسات في مناهج البحث العلمي، (د.ط)، القاهرة: عالم الكتب، ص109-110.
23. تزيان، ماجد سالم. (2008). الإنترنت والصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص305.
24. عيد، حسن. (2001). دراسات في التنمية والتخطيط، مركز المعلومات الوطني الفلسطيني، الهيئة العامة للاستعلامات، فلسطين، ص42.
25. صافي، مصطفى؛ والطراونة، محمد. (2019). أثر المشروعات النسوية الصغيرة الممولة على تمكين المرأة الريفية الفلسطينية اقتصادياً: دراسة ميدانية مطبقة على النساء الحاصلات على المشروعات الممولة في ريف محافظة رام الله والبيرة 2006 – 2016، مجلة جامعة النجاح للأبحاث، 33 (10)، ص 1651 – 1680.
26. فهمي، خالد. (2007). حقوق المرأة بين الاتفاقيات الدولية والشريعة الإسلامية والتشريع الوضعي: دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر. الإسكندرية، ص10.
27. وزارة التضامن والمرأة والأسرة والتنمية الاجتماعية، المغرب. (2016م). الإطار الاستراتيجي لمناهضة العنف ضد النساء 2012 – 2016، ص7.
28. قنومي، منال. (2008). دور المشاركة المجتمعية في تنمية وتطوير المجتمع المحلي: حالة دراسية للجان الأحياء السكنية في مدينة نابلس، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين. ص11.
29. الدليمي، عبد الرزاق. (2021). الخبر في وسائل الإعلام، ط1، عمان، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
30. كدر، جورج. (2018). المراسل الحر .. قنص اللحظة ومنقب عن الذهب، مجلة الصحافة، معهد الجزيرة للإعلام، تاريخ الزيارة: 2021/4/3م، موقع إلكتروني: <https://institute.aljazeera.net>.
31. نصر، حسني؛ وعبد الرحمن، سناء. (2003). التحرير الصحفي في عصر المعلومات: الخبر الصحفي، ط1، الصين: دار الكتاب الجامعي، ص114.
32. الشربيني، عبير. (2012). اتجاهات القائم بالاتصال في كل من المؤسسات الإعلامية ومؤسسات المجتمع المدني نحو المعالجات الإعلامية لقضايا تمكين المرأة في مصر: دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، القاهرة، 11 (4).
33. أبو زيد، فاروق. (1992). فن الخبر الصحفي: دراسة مقارنة بين الخبر في الصحف المتقدمة والنامية – الخبر في الصحف المحافظة والشعبية – الخبر في الصحف والراديو والتلفزيون، ط2، القاهرة: عالم الكتب نشر وتوزيع وطباعة.
34. قطب، شيماء. (1994). دراسة مقارنة لفني القصة الإخبارية والتقرير الصحفي في الصحافتين الأمريكية والمصرية بالتطبيق على مجلتي تايم وأكتوبر، (رسالة ماجستير)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، ص10.
35. حيدر، رانيا. (2006). الخريطة الإدراكية للرأي العام المصري تجاه الصراع الأمريكي العراقي من 1990-2003، (رسالة ماجستير)، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، ص269.
36. أبو زيد، فاروق. (1992). فن الخبر الصحفي: دراسة مقارنة بين الخبر في الصحف المتقدمة والنامية – الخبر في الصحف المحافظة والشعبية – الخبر في الصحف والراديو والتلفزيون، ص185.
37. لامية، سهيلي. (2014). التفاعلية في المواقع الإخبارية الجزائرية: دراسة تحليلية لموقعي الشروق أون لاين والنهار أون لاين، (رسالة ماجستير)، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة لندن، ص56.